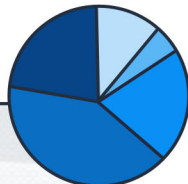
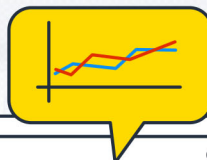


解析前台数据：

亚马逊新手选品攻略



目录 INDEX ▶▶▶

01 Part One

挖掘消费需求

- 如何从亚马逊前台榜单挖掘消费需求？
- 实操案例1：选品没灵感？基于前台数据进行数据化选品
- 实操案例2：类目有方向？验证目标选品是否符合买家需求

02 Part Two

核算利润成本

- 进行成本核算
- 新卖家省钱福利一览

03 Part Three

寻找产业资源

- 掌握供应链资源

04 Part Four

了解产品合规

- 了解目标国家的产品合规信息

05 Part Five

组建跨境团队

- 根据自身投入程度打造跨境团队



Part One 挖掘消费需求

如何从亚马逊前台榜单挖掘消费需求？

亚马逊前台有**五大商品榜单**，提供了不同类目下丰富的选品信息，为初步选品提供灵感。

使用路径：进入亚马逊前台购物网站 > 点击黑底白字Best sellers > 点击五大榜单的标签页 > 选择榜单后挑选您感兴趣的类目详细了解。



飙升榜、心愿单和礼物榜每天更新，时效较短，需要参考一段时间内的综合情况辅助决策。您可以选择榜单后，再挑选感兴趣的类目详细了解。



前台数据解读步骤图

结合两大实操案例深度分析“如何解读前台数据”的**五步方法论**，从而助推广大新手卖家获取**更多选品灵感、更科学地决定类目方向**。



实操案例1：选品没灵感？基于前台数据进行数据化选品



1.1 通过亚马逊前台榜单获取类目灵感




小贴士：

关注微信公众号的Selection Guidance，路径：微信公众号 > 运营利器 > 爆品指南，或直接搜索“选品指南”，尽量选择比较了解/熟悉/喜欢的品类，缩小备选目标。

*以上内容为卖家案例及其选品思路，仅供参考

1.2 对目标类目热卖商品详情页各类指标深度解读



1 分析类目垄断程度：根据自身定位，对标前XX位的商品。通过统计BSR榜单TOPXX产品品牌，和小类占比大致了解类目垄断性。

2 判断可行价格区间：通过统计头部ASIN价格，大致了解市场可接受价格，并估算利润区间。

3 了解类目增长情况：通过BSR进入商品详情页，可以通过统计头部ASIN销量大致了解体量；分析多个小类产品在小类及大类排名的变化，可以了解大类下不同小类的增长排名。

Product details

Department : mens

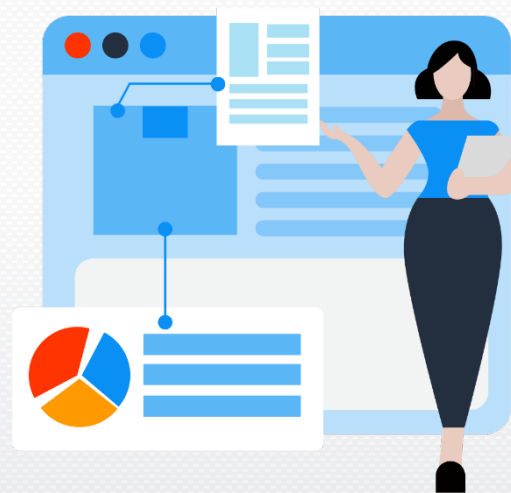
Date First Available : XX,XX,20XX

ASIN : XXXXXXXXXX

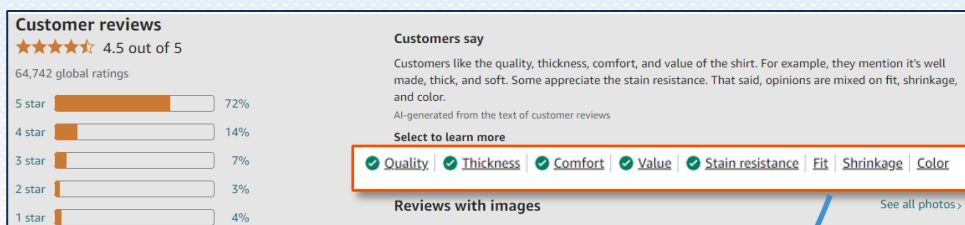
Best Sellers Rank: #X in Clothing, Shoes & Jewelry (See Top XXX in Clothing, Shoes & Jewelry)
#X in Men's T-Shirts

Customer Reviews: 4.5 ★★★★★ 64,742 ratings

4 寻找新品进入机会：通过比较新品榜和热销榜销量，查看热销榜产品的开售时间，大致了解新品进入机会大小。



*以上内容为卖家案例及其选品思路，仅供参考



About this item

- XXXXXXXXXXXX- Men's tees are made with a high-density stitch count, double-needle stitching, and shoulder-to-shoulder taping.
- HOLDS ITS SHAPE - The ribbed crewneck lays flat and holds its shape for a tee that's made to last.
- ROOM TO MOVE - A full cut in these men's undershirts gives you extra room to move.
- COTTON GOODNESS - Soft and strong 6-oz. ringspun cotton feels comfort that lasts. (Heathered colors are a cotton blend.)
- BIG & TALL SIZES - Need more room? These classic men's short-sleeves available in Big Men's sizes up to 6XL.
- COLD WATER WASH - XXXX recommends washing this men's t-shirt in cold water to reduce energy usage.

BUILT TOUGH
Heavyweight 100% 6-oz. cotton

Wash in cold.
Save energy and money.

5 评估需求与差异化：通过对于详情页的产品参数以及A+页面中找到热卖商品的共通热卖特征。在商品详情页的买家评论中，有亚马逊系统筛选出可能对产品销量影响的评论关键词。

1.3 归纳梳理目标类目热卖商品数据

您可以浏览目标类目前50热卖商品并记录相关产品参数进行后续分析。记录参数如下：

- ASIN上个月的销量
- 评论数（作为累积销量的替代指标）
- 价格
- 上市时间
- 根据上市时间计算上市天数，判断是否新品
- 计算评论速率（评论数、上市天数）
- 其他重要参数（颜色、材料、版型、领口、可否机洗等等）

品牌	产品名称	ASIN	上月销量	价格	评论数量	上市时间	上市天数	是否新品	评论速率	目标人群	颜色	质地	版型	加大尺码	重工棉	领口	可机洗	冷水洗涤	柔软	透气	袖长	干爽	无标签	服帖领口	防晒	防臭
			4000	6.12	64742	4/1/2024	150	<1年	432	不分性别	黑	100%棉	宽松	是	重	圆领	是	冷水	是	是	短袖					
			7000	3.66	295390	3/23/2023	525	>1年	563	男	黑	100%棉	合身	中	圆领	是		是	是	短袖	是	是	是			
			2000	5.06	97863	4/9/2024	142	<1年	689	不分性别	白	100%棉	合身	重	圆领	是		是	是	短袖	是	是	是			
			2000	6.82	34371	5/29/2024	92	<1年	374	男	黑	60%棉+40%涤纶	合身	重	圆领	是		是	是	短袖	是	是		UPF30+	是	
			1000	10.19	24432	6/5/2024	85	<1年	287	不分性别	黑	100%棉	合身	重	圆领	是	冷水	是	是	短袖			是			
			1000	23.94	9737	1/12/2024	230	<1年	42	男	黑	60%棉+40%涤纶	修身	轻	圆领	是	冷水	是	是	短袖						
			1000	6.63	5202	5/18/2024	103	<1年	51	男	Dark	60%棉+40%涤纶	合身	轻	V领	是		是	是	短袖						
			6000	3.66	26173	4/29/2023	488	>1年	54	男	混色	100%棉	合身	轻	圆领	是		是	是	短袖	是	是	是		是	
			2000	4.26	121812	4/27/2024	124	>1年	982	男	黑	100%棉	合身	是	中	圆领	是	冷水	是	是	短袖		是	是	是	
			3000	3.16	194836	7/16/2015	3332	>1年	276	男	白	100%棉	修身	轻	V领	是		是	是	短袖		是	是	是	是	

*以上内容为卖家案例及其选品思路，仅供参考

1.4 基于热卖商品数据判断该类目是否值得进入

了解类目增长情况

根据自身产品实际情况调整预估单品年销额，并结合目标市场汇率和利润率进行利润核算。

“我初始预期单品一年销额在20,000左右，利润率在30%，目前的市场预估符合我的预期。”

Top50 预估单月销量	145,000 件
Top50 预估平均单价 (当地货币单位)	7.35
Top50 预估年销额	1,065,738
Top50 平均单品年销额	21,315

寻找新品进入机会

- 新品的平均销量和既有品相差无几，销售势头良好；
- 在热卖的产品中有60%是上市小于一年的产品，品类对新品友好。

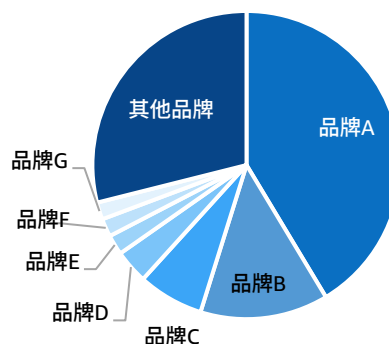
“品类和市场对新品友好，我的新品有机会成功。”

是否新品	上月平均销量	Top 50 ASIN数量
<1年	1,903	60%
>1年	2,056	40%
平均	1,982	100%

分析类目垄断程度

- 头部Top3 品牌占Top50热卖单品的60% 左右份额，有较强的品牌优势；
- 其他品牌的份额也有近30%，适合小品牌加入竞争；
- 找准消费者的未满足需求，才能从竞争中脱颖而出。

“目标市场中有较强的大品牌卖家，幸好其他品牌的份额尚可，不理想但我应该还是有机会的。”

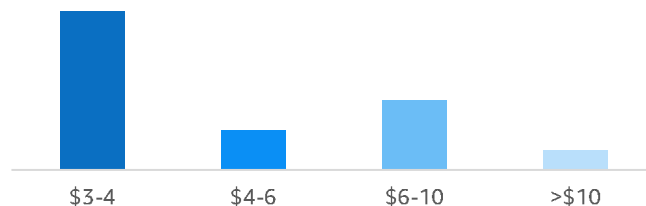


*以上数据均为虚拟数据，仅供参考

判断可行价格区间

- 热卖产品平均单价7.35美元；
- 热卖产品集中定价在3.XX美元和6.XX美元的两个价格点；
- 可以根据产品特征和参数，继续对价格区间进行细分，或参考对标产品定价。

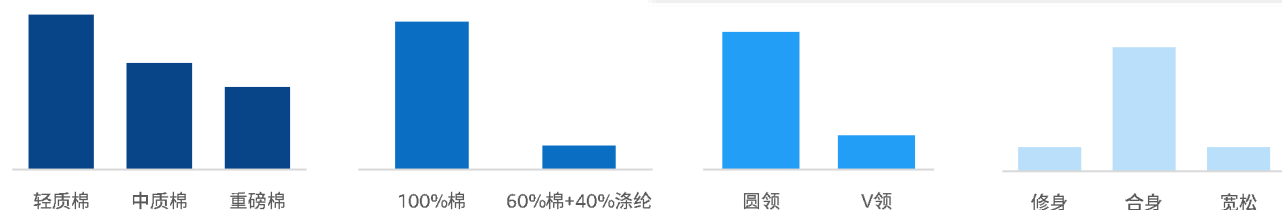
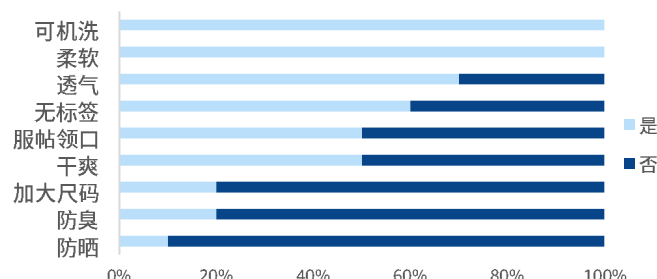
“我可以布置两条产品线，分别打两个价格点。”



评估需求与差异化

- 热卖单品主要以全棉为主，大约一半的产品是轻质棉，版型主要集中在圆领的合身（直筒）版型；
- 可机洗并强调柔软是热卖商品的共同特征。其次透气、无标签防敏感也是重要产品特征；
- 进一步研读热卖商品的负面消费者评论，我了解到缩水和褪色也是消费者关注的特性。

“我准备上架的产品是棉涤混纺的V领T恤，不太符合主流产品的材质和版型特征。我需要根据产品特征按图索骥，找到符合市场认可条件的好产品。”



*以上数据均为虚拟数据，仅供参考

实操案例2：类目有方向？ 验证目标选品是否符合买家需求

2.1 通过亚马逊前台榜单定位目标类目畅销选品



不会日语怎么办？
在这里切换中文！

卖家B想要卖保温杯，猜想日本市场对保温杯需求比较大，首先进入 www.amazon.co.jp 首页，点击“畅销商品”。

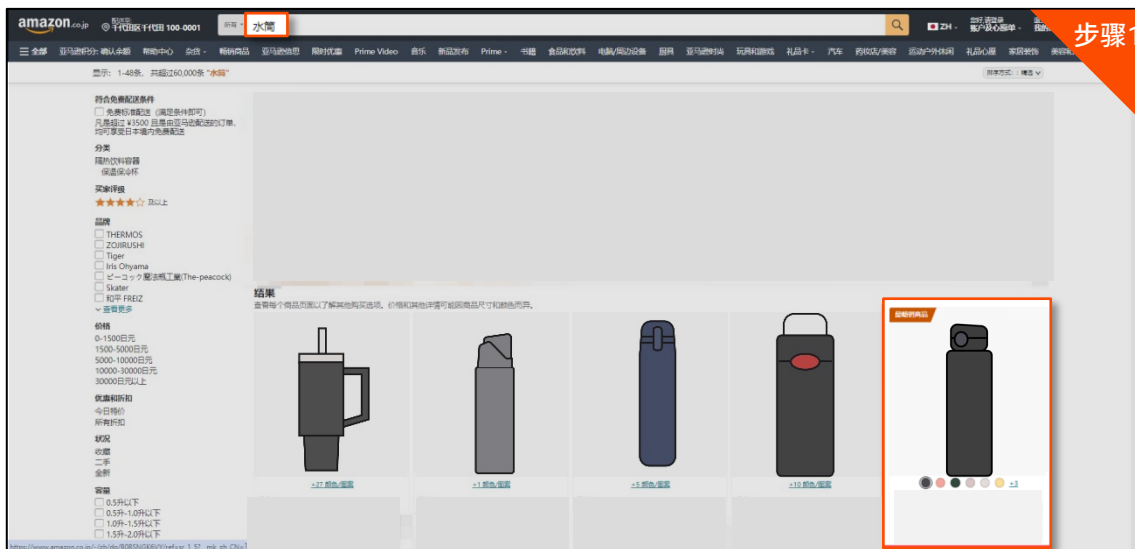


找到保温保冷杯的类目，卖家B觉得自己有相关经验和优势，应该能做到前10以内，于是浏览前10热卖商品，记录相关产品参数。

*以上内容为卖家案例及其选品思路，仅供参考

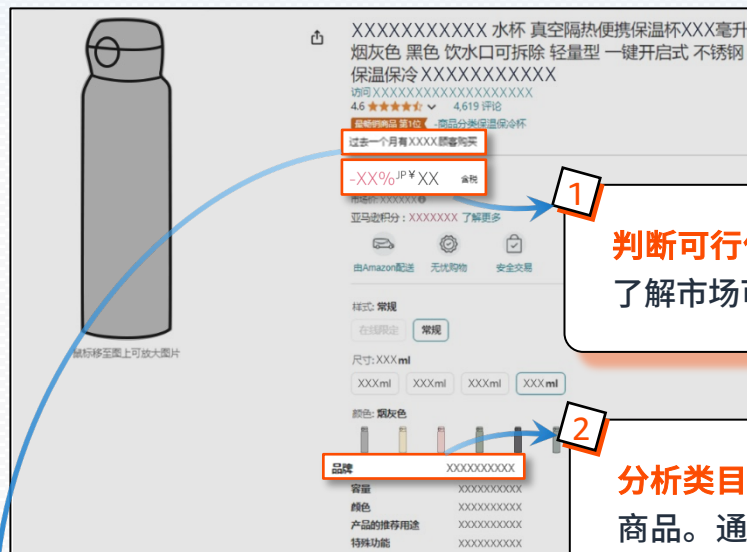
小Tips:

从菜单栏找不到目标品类？试试看直接搜索！



*以上内容为卖家案例及其选品思路，仅供参考

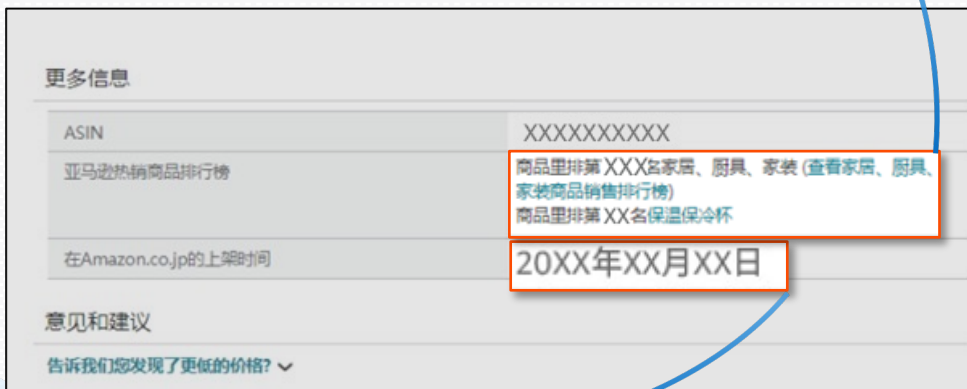
2.2 对目标类目热卖商品详情页各类指标深度解读



1 **判断可行价格区间：**通过统计头部ASIN价格，大致了解市场可接受价格，并估算利润区间。

2 **分析类目垄断程度：**根据自身定位，对标前XX位的商品。通过统计BSR榜单TOPXX产品品牌，和小类占比大致了解类目垄断性。

3 **了解类目增长情况：**通过BSR进入商品详情页，可以通过统计头部ASIN销量大致了解体量；分析多个小类产品在小类及大类排名的变化，可以了解大类下不同小类的增长排名。



4 **寻找新品进入机会：**通过比较新品榜和热销榜销量，查看热销榜产品的开售时间，大致了解新品进入机会大小。

*以上内容为卖家案例及其选品思路，仅供参考

商品信息

技术细节

颜色	XXXXXXXXXX
尺寸	XXXXXXXXXX
制造商	XXXXXXXXXX
附属商品	使用说明书
材质	不锈钢
商品重量	XXXXXXXXXX
保养说明	机洗
是否支持洗碗机	是
包装尺寸	XXXXXXXXXX
包装重量	XXXXXXXXXX
使用电池	否

买家评论

★★★★☆ 4.6 (满分 5)

4,619 条整体评分

5星	72%
4星	19%
3星	5%
2星	1%
1星	3%

5 **评估需求与差异化：** 通过对于详情页的产品参数以及A+页面中找到热卖商品的共通热卖特征。在商品详情页的买家评论中，有亚马逊系统筛选出可能对产品销量影响的评论关键词。

2.3 归纳梳理目标类目热卖商品数据

卖家B觉得自己有相关经验和优势，应该能做到前10以内，于是浏览前10热卖商品，记录相关产品参数。具体记录参数如下：

- ASIN上个月的销量
- 评论数（作为累积销量的替代指标）
- 价格
- 上市时间
- 根据上市时间计算上市天数，判断是否新品
- 计算评论速率（评论数/上市天数）
- 其他重要参数（颜色、材料、容量、真空、吸管、旅行可用、洗碗机友好、使用者细分、特殊卖点等等）

上月销量	价格	评论数量	颜色	材料	是否真空	是否带吸管	旅行可用	洗碗机可用	容量	使用者细分	上市时间	上市天数	是否新品	评论速率	卖点
20000	2800	34125	烟灰黑	不锈钢	是	带吸管	是	是	500ml	所有人群	1/23/2024	219	<1年	155.8219178	搅拌
30000	3500	32170	黑色	不锈钢	是	带吸管	是	是	500ml	所有人群	1/23/2022	949	>1年	33.89884089	防漏、真空绝缘
4000	4499	181	薄荷绿	不锈钢	否	带吸管	是	未提及	750ml	所有人群	1/5/2024	237	<1年	0.76371308	防漏
3000	2999	34680	烟灰黑	不锈钢	否	带吸管	是	是	750ml	所有人群	10/4/2022	695	>1年	49.89928058	防漏、洗碗机安全、真空绝缘、杯托友好、有把手
3000	3500	29335	深蓝	不锈钢	是	不带吸管	是	是	450ml	所有人群	7/16/2018	2236	>1年	13.11940966	磁性、防漏、洗碗机安全、真空绝缘
1000	1499	1654	粉色	不锈钢	是	带吸管	是	是	200ml	儿童	10/5/2023	329	<1年	5.027355623	防漏、洗碗机安全、真空绝缘、杯托友好、有把手、无毒、车载友好
1000	3800	67923	黑色	不锈钢	是	不带吸管	是	是	500ml	所有人群	7/12/2017	2605	>1年	26.07408829	磁性、防漏、洗碗机安全、真空绝缘
2000	2999	22607	透明	玻璃	否	不带吸管	否	是	330ml	所有人群	5/1/2007	6330	<1年	3.571406003	洗碗机安全
3000	1799	1001	黑色	不锈钢	是	带吸管	是	未提及	200ml	儿童	12/28/2023	245	<1年	4.085714286	防泼洒
1000	1599	33826	透明	玻璃	否	带吸管	是	是	500ml	所有人群	5/28/2019	1920	>1年	17.61770833	防泼洒、重量轻、洗碗机安全
900	2799	2843	灰色	不锈钢	否	带吸管	是	是	750ml	所有人群	5/31/2023	456	>1年	6.234649123	防漏、防泼洒、车载友好
2000	1999	8002	黑色	玻璃	否	不带吸管	否	是	500ml	所有人群	9/17/2020	1442	>1年	5.549237171	洗碗机安全
2000	1699	4020	黑色	塑料	否	不带吸管	否	是	500ml	所有人群	4/20/2022	862	>1年	4.663573086	微波炉可用
1000	1274	1445	烟灰黑	不锈钢	是	带吸管	是	是	750ml	所有人群	10/6/2023	328	<1年	4.405487805	防漏、洗碗机安全、真空绝缘、杯托友好、有把手
1000	1176	215	透明	玻璃	否	带吸管	否	是	330ml	儿童	11/22/2023	281	<1年	0.765124555	微波炉可用
800	2099	5381	不锈钢色	玻璃/不锈钢	是	带吸管	是	是	330ml	儿童	2/19/2022	922	>1年	5.836225597	防漏、真空绝缘

*以上内容为卖家案例及其选品思路，仅供参考

2.4 基于热卖商品数据判断自己在该类目是否有竞争力

了解类目增长情况

根据自身产品实际情况，调整预估单品年销额，并结合目标市场汇率和利润率进行利润核算。

“我初始预期单品一年销额在100,000,000左右，利润率为20%，目前的市场预估符合我的预期。”

Top10 预估单月销量	165,594 件
Top10 预估平均单价 (当地货币单位)	3,111
Top10 预估年销额	6,172,928,600
Top10 平均单品年销额	123,458,600

寻找新品进入机会

- 新品的平均销量和既有品相差无几，销售势头良好；
- 在热卖的产品中有44%是上市小于一年的产品，品类对新品友好。

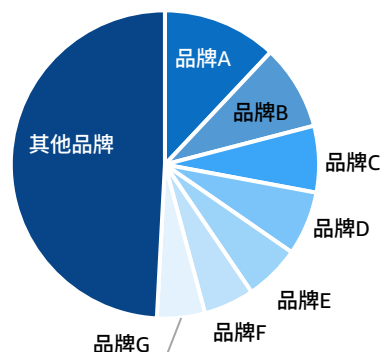
“品类和市场对新品友好，我的新品有机会成功。”

是否新品	上月平均销量	Top 50 ASIN数量
<1年	4,571	44%
>1年	4,856	56%
平均	4,731	100%

分析类目垄断程度

- 头部品牌份额相对平均，没有出现寡头垄断；
- 其他品牌的份额近半，适合小品牌加入竞争；
- 但是该品类品牌分散，参与者众多，需要有特色有亮点的产品才能赢得竞争。

“品类头部垄断不明显，我如果能找到符合市场需求的产品是有机会的。”

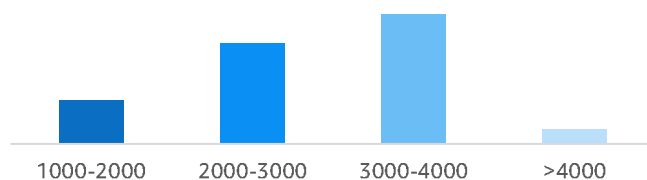


*以上数据均为虚拟数据，仅供参考

判断可行价格区间

- 热卖产品平均单价3,111;
- 热卖产品集中定价在2,000 – 4,000之间;
- 可以根据产品特征和参数, 继续对价格区间进行细分, 或参考对标产品定价。

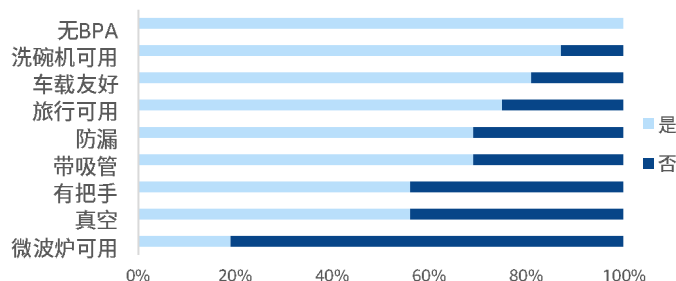
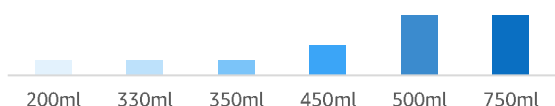
“我预估的定价在3,000左右, 符合价格区间预期。”



评估需求与差异化

- 热卖产品多是500-750ml的大容量;
- 不含BPA, 洗碗机可用, 车载友好是热卖商品的三大共同特征。其次旅行可用, 防漏和带吸管也是重要的产品特征;
- 进一步研读热卖商品的负面消费者评论, 我了解了易清洁也是很重要的产品特征。

“我的目前的选品洗碗机不可用, 还需要找到符合市场需求的产品。”



*以上数据均为虚拟数据, 仅供参考

Part Two 核算利润成本

进行成本核算



* 客单价: 在固定时间段内您销售的所有 ASIN 的平均售价 (刨除折扣后)

** 结算费用 (Closing Fee): 专业销售计划卖家不会产生结算费用, 个人销售计划卖家会产生 0.99 美元/件的结算费用; 当销售图书、DVD、视频游戏和音乐等媒体产品时, 会产生 1 美元/件的其他结算费用

新卖家省钱福利一览

福利1

官方一站式FBA头程入仓服务

首次使用FBA且通过亚马逊官方物流SEND发货，还能解锁200美元亚马逊物流中心配送优惠，助您超值轻松发头程！

福利2

新卖家入门大礼包

首年或首100万美元品牌商品成交额最高返还52,500美元（首5万美金品牌商品销售额返还10%！



任务1：品牌成长

品牌主6个月内完成品牌注册*

注册亚马逊品牌，享受多项优惠计划，同时解锁亚马逊品牌工具，开启全方位品牌权益保护，促进品牌成长。

条件

品牌所有者或内部人员完成亚马逊品牌注册。

福利

- 首年或首100万美元品牌商品成交额5%返还，高达52,500*美元。
- 200美元Vine计划优惠。



任务2：业务扩张

90天**内使用亚马逊物流（FBA）

使用亚马逊物流（FBA），可减免运输仓储费用，为您提供从挑选、打包、寄送，到售后服务的一站式物流解决方案，助力卖家业务扩张。

条件

寄送库存至亚马逊运营中心。

*前5万美金销售额返还10%，之后的品牌销售金额返还5%

**按FBA货件创建日计算90天

福利

- **入库运费优惠：**100美元亚马逊合作承运人费用优惠，或200美元亚马逊运营中心配送费优惠*。
- 卖家自动加入亚马逊物流新品入仓优惠计划。
- **多种库存及配送费用优惠：**
 - 400美元入库配置服务费优惠 (限美国站) ；
 - 10%折扣，用于前100件亚马逊多渠道配送产品的配送费；
 - 前365天内免收仓储利用率附加费；
 - 前365天内免收低量库存费。



任务3：引流转化

90天**内使用亚马逊商品推广

条件

在发布首个可供购买ASIN的90天内使用亚马逊商品推广，创建一个广告活动。

福利

50美元亚马逊商品推广广告折扣券。



任务4：引流变现

90天**内使用亚马逊优惠券

条件

注册亚马逊优惠券并发布优惠券。

福利

50美元亚马逊优惠券费用优惠。

*按FBA货件创建日计算90天

**发布首个可供购买的ASIN后

福利3

亚马逊物流新入仓优惠计划

自动加入亚马逊新品入仓优惠计划，低至0成本FBA测新品！

- 符合要求的亚马逊物流（FBA）新父ASIN销售额将按月获得**10%销售额返还**！
- 限时免费仓储、免费移除和免费退货处理等服务！

Part Three 寻找产业资源

掌握供应链资源

华南

家具类目	3C电子类目	小家电类目	灯饰类目
床架、床垫、户外桌椅、沙发等	手机、电脑、耳机、音箱等	微波炉、电饭锅、风扇、热水器等	吸顶灯、户外灯、车库灯、LED变色灯带等
佛山、东莞	深圳	顺德	中山

华北

美妆类目	家居纺织类目	智能家电类目	家具类目
假发片、假睫毛、穿戴甲等	服装、床品、母婴纺织品等	智能冰箱、智能电视、智能洗衣机等	床架、床垫、客厅桌椅、餐桌椅等
青岛、许昌、即墨	潍坊、青岛	青岛	廊坊、保定、青岛、潍坊

川渝

板式家具类目	汽摩配类目	女鞋类目
餐桌椅、橱柜、文件柜、办公桌等	汽车减震器、工程塑料、隔热隔音件、内饰件等	女士高跟鞋、女士凉鞋、女士休闲鞋、女士靴子等
崇州、彭州、新都区、双流县、温江区	成都、重庆、南充	成都、重庆

浙江

室内家具类目	小家电类目	女鞋类目	纺织布艺装饰类目
家庭办公桌椅、沙发、浴柜等	空气炸锅、饮水机、电熨斗等	女士高跟鞋、女士凉鞋、女士休闲鞋、女士靴子等	床单、枕套、窗帘、沙发套、布艺墙布等
杭州、安吉、海宁、东阳、衢州、宁波	慈溪、宁波	温州、金华	杭州、绍兴、萧山、海宁、浦江、嘉兴、湖州

江苏

卧室及户外家具类目	汽摩配类目	智能家电类目	家居纺织类目
庭院桌椅、床架、床垫、床箱等	电动车、倒车镜、汽车灯具等	智能冰箱、智能电视、智能洗衣机等	床单、床笠、枕套、被子、小地毯、窗帘、窗幔等
苏州、常熟、南通	常州	苏州	南通、无锡、鹿港、常熟、盛泽、常州、江阴

福建

鞋类目	服饰及箱包类目	家具家居	汽摩配类目
体育鞋、户外鞋、拖鞋、涉水鞋等	休闲服饰、运动服装、泳装、瑜伽服等	铁床、家居、工艺品	新能源、按摩器材、汽配等
泉州、莆田	厦门、泉州、福州、莆田	漳州、福州	宁德

小Tips:

后续亚马逊将为大家持续整理更多产业带信息!

Part Four 了解产品合规

了解目标国家的产品合规信息

每个国家分品类可能会有不同的合规政策，请具体情况具体分析。

	基础合规要求	特殊品类合规要求 例1：电子产品	特殊品类合规要求 例2：婴幼儿玩具
美国		电子产品例如电源、灯具、鼠标、吸尘器等需要 FCC认证 ，此外，包含锂电池、纽扣电池类产品还需要 UL认证	针对12岁以下儿童设计的消费品例如儿童玩具等受到 CPSC管制 ，需要提供 CPC认证证书
欧洲	<ul style="list-style-type: none"> ■ 《通用产品安全法规》GPSR：非食品商品 ■ EPR包装分类：环境政策原则 	EPR电子与电器设备法规 WEEE ，充电器类产品还需额外申请 符合性申明 Declaration of conformity	针对14岁以下儿童设计的玩具应符合 玩具安全指令
日本	一般消费生活用质品安全基准SG ：婴儿用品、食品接触产品、安全类产品	接交流电的电器和纯电源电器需要 电器用品安全法 PSE ，带蓝牙和Wifi组件的产品还需要 特定无线设备技术基准适合证明 Giteki	分别针对6岁和14岁以下的儿童玩具需符合 玩具安全基准ST
新兴站点	每个国家分品类会有不同的合规政策，请具体情况具体分析		



微信公众号搜索
“亚马逊合规”



扫码联系亚马逊SPN
获取合规支持

Part Five 组建跨境团队

根据自身投入程度打造跨境团队

龙头企业

传统意义上的大企业上市公司或者行业前十，年营收6亿人民币以上

中型企业

从业人员300人及以上，且营业收入3000万元人民币及以上

小型企业

从业人员20人及以上，且营业收入300万元人民币及以上

独立运营	重要级别	人数 (总人数7-11)	重要级别	人数 (总人数5-8)	重要级别	人数 (总人数4-5)
团队负责人	★★★★★	1	★★★★	1	★★★	0
账户运营人员	★★★★★★	2-4	★★★★★★	2-3	★★★★★★	2-3
供应链协调人员	★★★★★	1	★★★	0	★★★	0
美工 (平面设计师)	★★★★★	1-2	★★★	0	★★★	0
售后	★★★★	1	★★★★	1	★★★★	1
公司内部配合人员	★★★★★★	1	★★★★	1	★★★★★★	1

联合运营	重要级别	人数 (总人数2-5)	重要级别	人数	重要级别	人数
工厂/制造商对接人	★★★★★	1-2	★★★★★	1-2	/	/
代运营团队	★★★★★	1-3	★★★★★	1-2	/	/

注册账户以后， 您将有更多数据工具帮助选品决策

完成注册后，您可以在卖家平台解锁更多官方选品运营工具，深度进行精细化选品！

选品指南针-类目分析

类目分析
 品类透视：为您提供目前在您所经营的销售的商城的各种分类中，买家的偏好、偏好以及流量力度的数据记录。作为卖家，您可以根据一下的透视观点，用合适商品拓展您的商品分类。此页面上的信息指向亚马逊上所有符合条件的数据合作伙伴提供。

筛选条件
 在下面的列表中进行选择以便查看性能数据。类别/商品类型/分类节点的条形长度表示其中的商品在文章站点中的以往需求。

商店名称	类别	商品类型	商品类型关键词
Germany	Home	Home Furniture And	Picture Frames
United States	Home Improvement	Home Bed And Bath	Bathroom Furniture Sets
United Kingdom	Clothing	Chair	Novelty Holiday Decorations
Japan	Toys Baby	Rug	Quilting Cutting Mats
	Consumer Electronics	Cabinet	Vanities
	Health And Personal Care		

Picture Frames: 产品表现

产品需求
 售出件数

浏览量

转化率

退货原因

- 22% Product performance
- 22% Product is not compatible
- 20% Unwanted item
- 11% Product is not as described
- 10% damaged by fulfiller

商机探测器

水桶
在日本

买家搜索“水桶”时点击量最多的商品

商品名称	图片	ASIN	品牌	分类	发布日期	每个市场点销量 过去 360 天	点击销量 过去 360 天	留存率 过去 360 天

