



# 上传商品 Listing 基础学习资料

## 课程路径图及内容



1.1

### Listing 是什么?

初步了解 Listing 的展现形式和组成要素



1.2

### 通过买家购买流程了解 Listing 重要性

本章将协助您学习为什么必须统一 Listing 以及如何利用 Listing 提高销售转化率



1.3

### 上传 Listing 前的准备工作

本章将协助您学习如何使您的商品合规并判断其是否需要做分类审核



1.4

### 上传 Listing 的具体操作及质量自查

本章将协助您学习如何上传您的 Listing 并对其进行质量评估



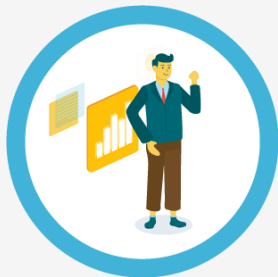


# 目录

<b>2. 通过买家购买流程了解 Listing 重要性</b>	2
<b>2.1 统一 Listing 规则的重要性</b>	3
<b>2.2 统一 Listing 规则在买家购买流程中的作用</b>	4
<b>2.3 随堂小测</b>	9

## 2.1 统一 Listing 规则的重要性

产品详情页是对产品的具体介绍，所有的商品信息都只能通过商品页面来展示。由于客户无法实际接触到产品，对商品的认知只能来源于商品页面。因此，一个好的商品页面是决定顾客是否将最终购买商品的关键。



**卖家角度：**对卖家来说，首先，通过商品页面能够多维度地传达商品信息，最大化展现商品的性能和特点。一个好的商品页面能够提升商品的吸引力，帮助买家最终做出购买选择，提高转换率。而且内容准确的详情页面，能够帮助买家做出准确的判断，减少售后投诉并降低退货率，从而降低卖家的售后维护成本。

**买家角度：**对买家来说，通过浏览商品页面，可以充分了解商品的特征特性。在购买到心仪商品的同时，避免售后出现货不对板的情况。这有助于避免不必要的对比、咨询、退货、售后投诉等事项。从而简化整个购物流程，使买家拥有一个轻松、高效、愉快的购物体验。



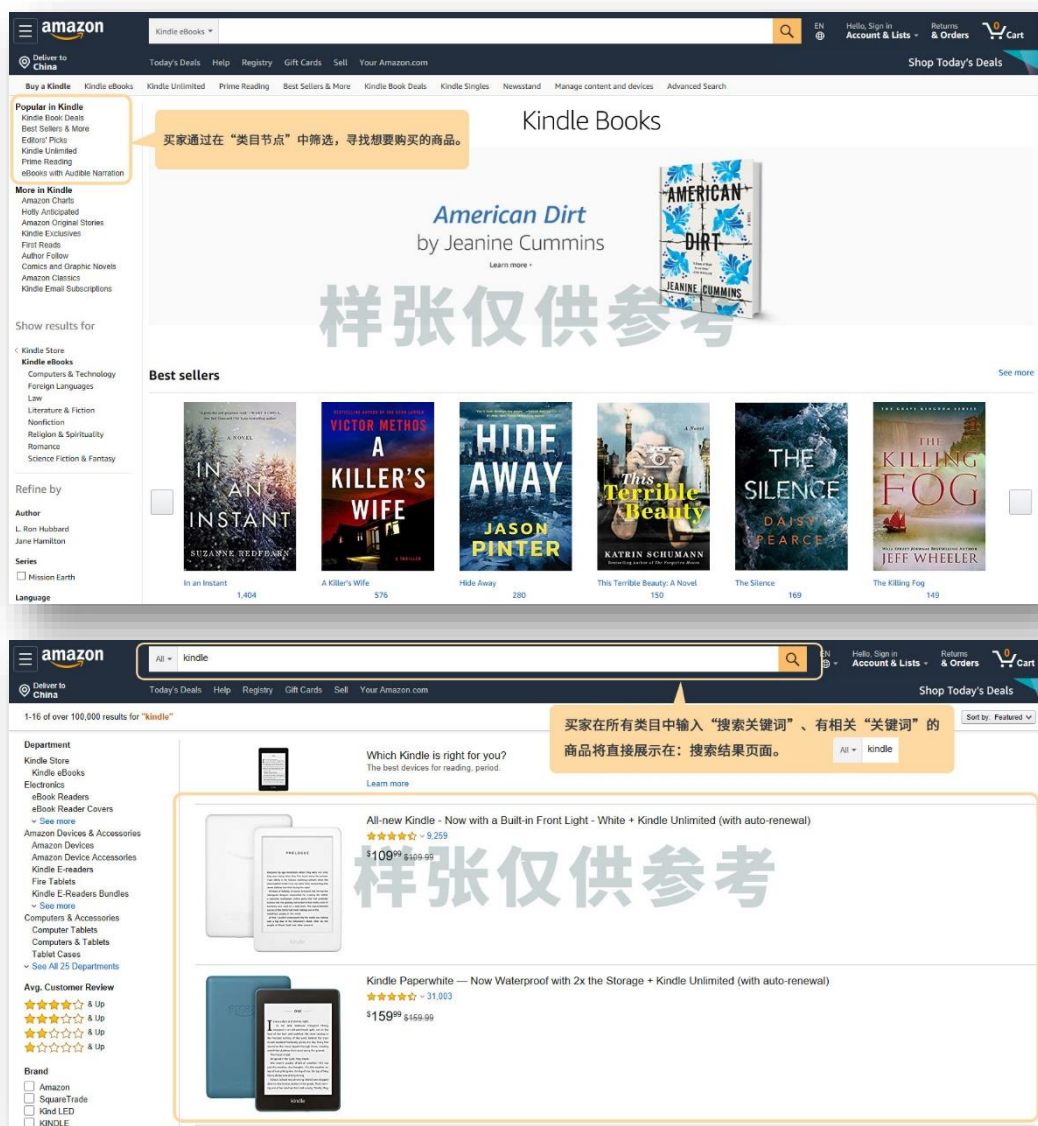
**亚马逊角度：**亚马逊会尽最大地努力为买家打造始终如一的购买体验。标准统一的商品页面，是亚马逊为买家提供商品准确信息的保障，也是为卖家营造公平竞争环境的一环，同时，也是亚马逊品牌的体现。

## 2.2 统一 Listing 规则在买家购买流程中的作用

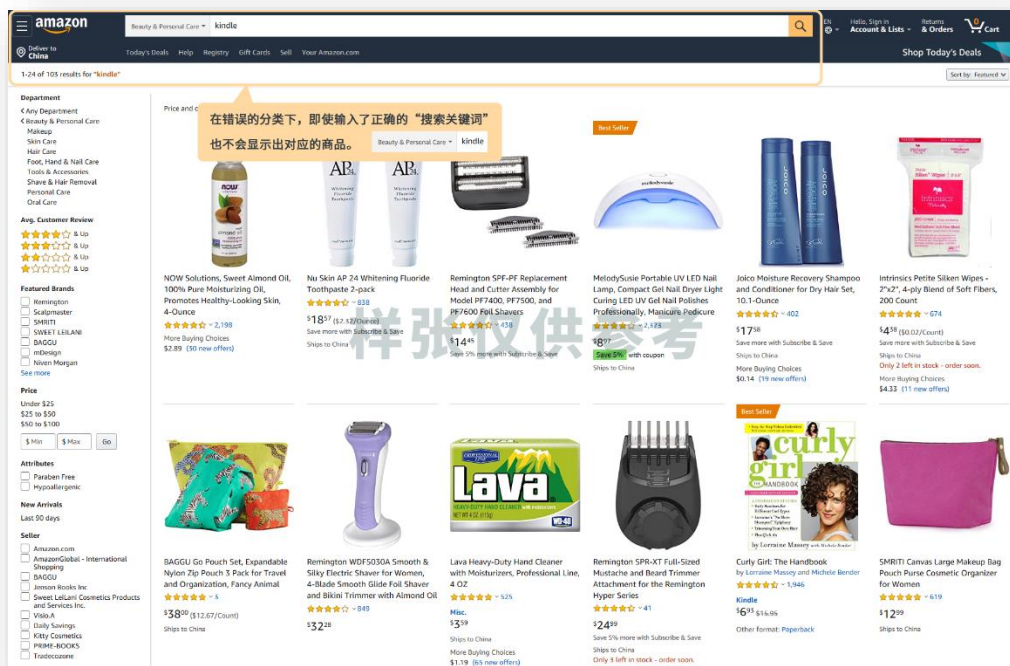
在亚马逊上购物时，买家从您的商品详情页面发现并了解您的商品。如果商品详情页面不完整或不正确，买家可能难以找到您的商品，从而影响您的销量。我们将从买家的购买流程带您了解高质量的 Listing 可以如何帮助卖家提高点击率和转化率。

情境设定：美国买家 A 打算在亚马逊购买 kindle，他在亚马逊美国站搜索关键词的历程分为以下几步：

- 第一步：寻找商品



**注意：**正确的分类节点设置对于商品的显示至关重要。下图是在“美容&成人护理”的分类下搜索“kindle”的结果，搜索出的产品不相关，正确的分类应为“kindle ebooks”。



• 第二步：点击商品





• 第三步：决定购买

The screenshot shows the Amazon product page for the 'All-new Kindle - Now with a Built-in Front Light - White + Kindle Unlimited (with auto-renewal)'. The page is annotated with callouts explaining key listing components:

- 商品名称:** 商品的简称。用于识别所有的内容。 (Product Name: A short name for the product used for identification of all content.)
- 商品图片:** 商品视图。在买家点击浏览详情页面时显示。 (Product Image: Product view. Displayed when the buyer clicks to view details.)
- 商品要点:** 关于商品具体方面的概要描述性文本。 (Product Features: Summary text describing specific aspects of the product.)

Other visible elements on the page include the price (\$109.99), 'In Stock' status, shipping information, and a 'Bundle and Save' section for an 'Essentials bundle'.

## 总结：

买家找到您的商品后，您需要向他们提供具有吸引力的图片和清晰的商品信息，以说服他们购买您的商品，而**高质量的 Listing 页面可以帮助买家迅速做出购买决定。**

- Listing 要素表—1

Listing 要素	说明	重要性
标题 (Title)	标题是最直观明了的传达商品品牌、型号、性能信息的组成部分。告诉消费者“该产品是什么？其主要功能是什么？”显示在搜索结果页面商品信息和商品页面的右上方。	商品标题相当于实体店的店名和商品名称。好的、准确的商品标题有助于让买家做出正确、快速的购买行为。且有助于打造品牌路线。商品标题也会影响商品是否显示在搜索结果中，影响商品曝光率和点击率。
图片 (Product Image)	亚马逊商城的每件商品都需要配有一张或多张商品图片。商品的主要图片被称作“主图片”。商品的主片显示在搜索结果和浏览页中，也是买家在商品详情页面上看到的第一张图片。“主图片”应配有一些附加的图片，以从不同的角度来展示商品、展示使用中的商品和在“主图片”中没有显示的细节。	高质量的产品图片不仅会影响产品转化率，还会影响产品搜索排名。主图在搜索结果页面中占很大的比例。顾客对于商品最直观的印象来自主图。因此，主图的质量很大程度上影响了点击率。
商品要点 (Bullet Point)	商品要点可以传达重要的商品功能，突出有关商品的重要信息或特殊信息。数据表明，精心编写的商品要点可以提升销量。	商品要点通过传达商品的主要功能和卖点，可以和其他同类产品形成差异化。简洁的、好的商品要点有助于顾客更进一步的了解商品信息，了解商品魅力。进一步的提升商品对顾客的吸引力，使顾客愿意进一步了解商品。

## • Listing 要素表—2

Listing 要素	说明	重要性
<b>商品描述 (Product Description)</b>	商品描述是对产品更深入的文字说明。详情描述不仅仅是对商品功能更详细的介绍，更是对商品要点的补充。商品描述比商品要点更加具体和详细，更像是写文案。	精心编写的商品描述可以帮助消费者想象拥有或使用商品所带来的体验。商品描述让卖家能够提供尽可能接近实体店的购物体验。并且，在日益成熟的线上购物环境下，越来越多的消费者选择在手机端购物。在亚马逊手机端上，详情描述显示在五行描述之前。所以，一个好的商品描述，可以增加客户对产品的信任，从而促进转化。
<b>EBC/A+ (商品图文详情)</b>	A+ 页面显示在 PC 端 Listing 的最下部，可以通过图片和文字的组合来提高商品宣传效果。	A+ 页面与普通产品描述页面不同的是，它可以通过丰富的图文、视频等展现出产品的实际使用场景，营造产品使用氛围，体现产品功能，大大增加产品页的吸引力，提升亚马逊 Listing 转化率，从而大幅提升销量。
<b>搜索关键词 (Search Term)</b>	关键字可以定义为解释商品的词。可能是一个词或一组词（短语），用于顾客搜索产品。一般来说，关键字应该是解释商品名称或其特征的词语。卖家可以在 ASIN 的 Search Terms 字段添加更多关键词来描述该商品。这些关键词并不会被买家看到。	准确、丰富的关键词，有助于提高商品被搜索到的几率，使商品有更多机会被展示。间接提高商品的点击率，引入更多流量。



## 2.3 随堂小测

01

下面哪个不属于买家购物过程？

- A. 寻找商品      B. 点击商品      C. 对比商品      D. 决定购买

02

\_\_\_\_\_ 最大程度上影响点击率？

- A. 价格      B. 名称      C. 评分      D. 图片

03

下列哪个商品要素直接传达了商品品牌, 型号, 性能信息的组成部分？

- A. 标题      B. 图片      C. 商品描述      D. 商品要点

04

下列哪个因素可以快速提升顾客对商品的兴趣和信任程度？

- A. 图片      B. 评论      C. 销量      D. “best seller” 图标

05

\_\_\_\_\_ 可以帮助买家最终做出购买选择, 提高转换率？

- A. 价格      B. 评论      C. 页面      D. 商品描述

答案：CDADC



# 恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

## 课程路径图

1.1 Listing 是什么?

1.2 通过买家购买流程了解 Listing 重要性

1.3 上传 Listing 前的准备工作



动动手指，一键点亮页面右下角的“ ”  
让我们为您带来更多实用的学习资料!



请扫二维码填写课程反馈  
让我们持续优化您的体验

## 延伸学习课程



### 商品详情页面

- 上传商品 Listing 基础学习资料
- 商品详情页面优化指导手册

除了本章的上传商品 Listing 基础学习资料，商品详情页面系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多...



### 官方讲堂-Level 0: 零基础快速出单实操

专为0-3个月新卖家设计，全面覆盖亚马逊运营基本技能  
覆盖详情页、物流、广告促销等运营亚马逊基本技能；包含详细的卖家平台操作讲解、实操演示



扫码了解更多



### 官方讲堂-Listing 优化: 流量变销量的秘诀

让流量真的变现

巧用搜索词诊断并优化 Listing，官方小工具助力提升分析效率。



扫码了解更多