

2021 亚马逊品牌成长 全运营手册

亚马逊品牌注册+品牌保护工具

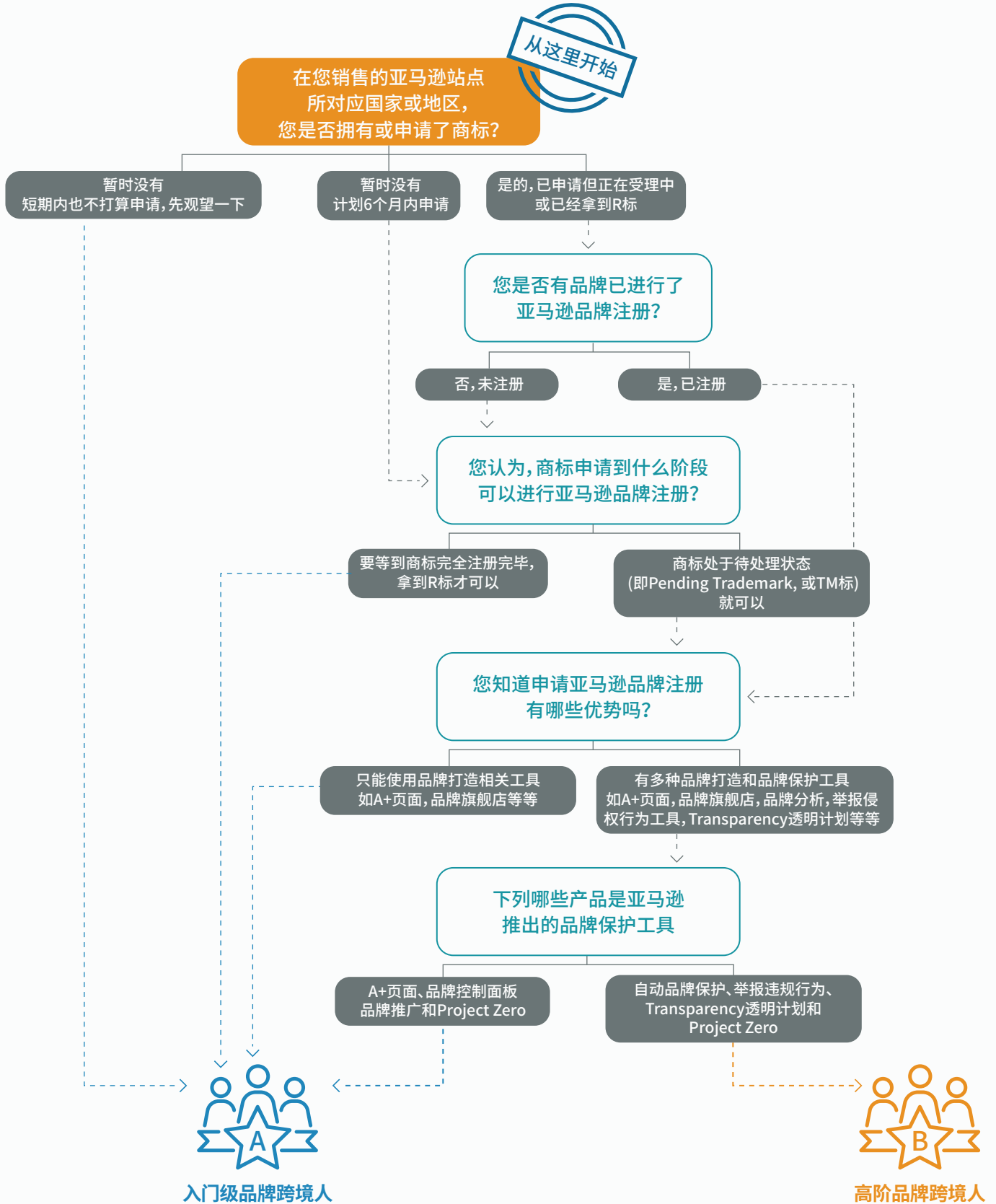


目录

	01	测一测： 您是哪种品牌跨境人？	第一章
为什么 我们要做品牌？	03		第二章
	08	入门级品牌跨境人指南	第三章
高阶品牌跨境人攻略	18		第四章
	30	资深卖家实战经验分享	第五章
重点笔记： 亚马逊品牌注册及品牌保护 注意事项	36		第六章
	40	更多品牌运营学习资源	第七章

测一测：您是哪种品牌跨境人？

阅读下列篇章前，先来看看您是哪一类品牌跨境人吧！





入门级品牌跨境人

您好!欢迎与亚马逊一起开启海外品牌成长之路。

也许您刚开始涉猎跨境电商,期待加入亚马逊全球开店?或许已经成功开通了亚马逊海外站点,却不懂如何快速出单,担忧自己的产品水土不服?想通过建立品牌更好地提升销量,实现长期稳定增长,却无从下手?或许身处红海,面对激烈的竞争不知如何脱颖而出?

又或许,您觉得已经做了很多,销量却一直低迷不起?

我们的《2021亚马逊品牌成长全运营手册》可以解答您的疑惑!本手册将教您如何通过亚马逊树立自己的品牌,从而借品牌效应更有效地推广自己的产品,用亚马逊品牌商专属的销售工具导流优质流量,做销量,做口碑,更好地了解本土消费者,带动销量稳步上涨!

心动吗?请翻阅至第8页,从零起步打造跨境电商品牌,就从这里开始吧!



高阶品牌跨境人

您好!恭喜您加入高阶品牌跨境人的行列!

拥有了自己的商标和品牌,完成亚马逊品牌注册,您已经迈出了品牌建设的第一步!接下来,如何利用亚马逊赋予品牌商的优势实现销量升级,我们还有一大步。

亚马逊的各种帮助提升销量的“神器”您都运用自如了吗?亚马逊仅对品牌商才开放的高阶工具,您真的每一个都了解,并使用过了吗?或许,您已经了解A+页面、品牌旗舰店等工具可以帮助提升销量,但您是否也知道,亚马逊为了帮助品牌商能专注于日常运营,还提供了全套品牌保护工具护法,攻守结合,在您提升销量的同时,帮助您高效应对和避免潜在的侵权行为,在日渐激烈的竞争环境中守住销量!针对不同品牌商的需求,亚马逊推出4款品牌保护工具:自动品牌保护,举报侵权行为,Transparency透明计划和Project Zero。

保护品牌,就是保护销量。请翻阅至18页,开始您的学习吧!

在正式开始学习前,我们先学习下第二章《为什么我们要做品牌》,解锁品牌出海新趋势、品牌VS无品牌的天壤之别和成功品牌跨境人的经验分享;当然,您也可以根据测试结果,直接跳转到属于您的级别页面开始学习。

为什么我们要做品牌？

根据调查发现，59%的海外消费者在购买产品时会选择熟悉的品牌¹，亚马逊上的消费者也同样如此。

拥有品牌的商品能够迅速被消费者记住并不断回购，品牌所有者就能够从中获得更多订单，进一步加深消费者对品牌和商品的认知度。具体来说，品牌能够带来以下三个方面的好处：



展现特色，突出品牌核心竞争力

在亚马逊购物时，消费者通常会搜索产品关键词，来浏览可供选择的商品。这时候呈现在他们眼前的是成百上千的同质商品，而有品牌名的商品，往往代表着更好的质量保证和服务，因此也更加能够得到消费者的青睐。优质的商品或服务是品牌的核心竞争力，如果品牌能够借此形成固定的客户群，将很难被其他同类的品牌或商品超越，即使价格处于较高水平也不会影响到自身的销售量。消费者对品牌的认可，无疑会帮助品牌所有者带来更高水平的销售额。



提升销量，帮助卖家收获更多订单

一旦消费者对特定品牌形成购买记忆，养成购买习惯，他们就会开始对品牌进行重复回购。对消费者来说，认品牌选购也是一种省力的选择，它不仅可以省去大量的时间、精力去了解不同商品的信息，而且还能降低消费者购物的风险，使选择变得更加容易。在亚马逊购物时，养成购买习惯的消费者会直接搜索品牌名，并且直接挑选到满意的产品。



防范侵权，保障跨境电商卖家健康发展

由于海外法律法规对于跨境电商要求复杂且严格，提前注册品牌还可以有效规避侵权等风险，让您的商品在海外也能够享受到法律保护，以免遭到其他商家的假冒跟卖，从而能够保护您的品牌口碑和商品销量，在跨境市场竞争中立足。

资料来源：

1. <http://learn.cpcstrategy.com/rs/006-GWW-889/images/2018-Amazon-Shopper-Behavior-Study.pdf>

做品牌能保护销量?!

产品只能超越别人一个身位，但品牌不会被复制

受疫情影响人们的消费习惯往线上转移，新品牌迎来发展好时机



2021年全球电子零售销售额
预计增长4.8万亿美元¹



50%美国消费者比疫情前
更愿意去发现新品牌²

在亚马逊，品牌卖家销量增速更快，且消费者更信赖其站点的新品牌



80%消费者通过亚马逊发现新品牌和新商品³

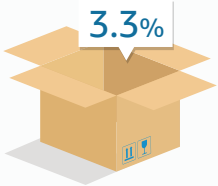


约53%相较于别的网站，亚马逊消费者更愿意在亚马逊站点上，去购买自己不熟悉的品牌³

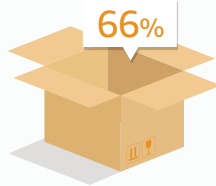


品牌卖家高于整体卖家的销售增速的1.5倍⁴

消费者受骗后会对品牌失去信任，品牌应学会维护品牌权益



假冒商品的贸易在过去几年中缓慢增长，目前5已占全球贸易的3.3%⁵



66%的消费者在网上无意识地购买到的假冒品后，会对此品牌失去了信任⁶

资料来源：

1. <https://ecommerce-platforms.com/ecommerce-selling-advice/88-of-consumers-prefer-to-buy-directly-from-the-brand>
2. <https://www.ipsos.com/en/growth-and-expansion-online-retail-covid-19-and-beyond#:~:text=This%20seismic%20shift%20to%20eCommerce,19%20tracker%2C%20commissioned%20by%20Google>
3. <http://learn.cpcstrategy.com/rs/006-GWW-889/images/2018-Amazon-Shopper-Behavior-Study.pdf>
4. 2019年亚马逊全球开店官方数据
5. <https://www.oecd.org/newsroom/trade-in-fake-goods-is-now-33-of-world-trade-and-rising.htm>
6. <https://www.incoproip.com/how-counterfeit-goods-destroy-brand-reputation/>

中国品牌的出海势在必行



越来越多的中国企业走向了微笑曲线的两端

微笑曲线的两端，一端是研发，一端是品牌。“新中国制造”在性能、价格上与国际品牌形成了对峙的能力

中国依靠产品对海外进行品牌和文化的输出

中国的设计及科技创新能力、供应链能力、电商能力、品牌打造能力，向全世界去推销中国的品牌，同时带去品牌和商品中承载的中国文化和审美

中国品牌成功借助跨境电商走向世界

2019年，14个中国品牌进入BrandZ世界100强

海外消费者开始信任中国品牌，信任中国创新

海外消费者对于中国品牌的信任度逐年提高，从2016年的26%提升到2018年的54%¹

保持固有优势，满足顾客群体需求是关键

“物美价廉”是不少中国供应商自我挖掘的优势所在

资料来源：

1. <http://free.chinabaogao.com/gonggongfuwu/201812/1215X1562018.html>

品牌如何影响跨境电商生意？

海外消费者在购买产品时更喜欢选择品牌产品，亚马逊上的消费者也同样如此。具体来说，品牌能够带来以下三个方面的益处：



展现特色, 突出品牌核心竞争力

优质的商品或服务是品牌的核心竞争力，消费者对品牌的认可，无疑会帮助品牌所有者带来更高水平的销售额。

提升销量, 帮助卖家收获更多订单

一旦消费者对特定品牌形成购买记忆，养成购买习惯，他们就会开始对品牌进行重复回购。

防范侵权, 保障跨境电商卖家健康发展

由于海外法律法规对于跨境电商要求复杂且严格，提前注册品牌不仅可以有效规避侵权、假冒跟卖等风险，让商品在海外也能够享受到法律保护，还能够保护品牌口碑和商品销量，在跨境市场竞争中立足。

在亚马逊做跨境电商, 有品牌 VS 没有品牌有何区别？

有品牌	无品牌
<p>更多、更丰富的商品展现形式</p> <p>品牌商品可以通过图片、文字、视频、品牌故事等更加丰富的商品展现形式，图文并茂地描述商品细节，展示商品的使用场景，帮助买家更好地理解商品的使用方式和功能。</p>	<p>商品详情页以纯文字展示</p> <p>销售非品牌产品的卖家，只能通过纯文字来描述商品，展示方式单一，无法用更多的场景图片、甚至视频等，缺乏吸引力。</p>
<p>更多的品牌曝光容易形成购买记忆点</p> <p>当消费者搜索商品时，在搜索结果页面上，品牌名可以在商品名称中得到展示。有助于加深消费者品牌记忆，展示品牌及产品特性。</p>	<p>商品较难形成记忆点</p> <p>没有品牌的卖家，按照亚马逊的政策要求，不得在商品名称中随意添加品牌名，也就无法第一时间突出展示其独特性，形成消费者购买记忆。</p>

品牌商品可以获得图片、文字、视频等更加丰富的商品展现形式

有品牌	无品牌
<p>便于拉动品牌其他产品的曝光和销售</p> <p>消费者可以从商品详情页直接点击品牌名，了解品牌资质及该品牌下系列产品，用单品带动整个品牌下其他产品的曝光和转化，以带动整个品牌产品线的销售。</p>	<p>难以带动其他商品的展示和销售</p> <p>对于没有品牌的卖家来说，因为没有办法通过品牌名称将其他商品综合起来，因此不同的商品之间较难互通，展示商品的渠道受限，无形间流失了很多销售机会。</p>
<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>品牌名在商品名称中可以得到展示，加深消费者对您品牌的印象并重复记忆</p> <p>消费者可以从商品详情页直接点击品牌名，了解品牌资质及该品牌下的其他产品，便于拉动整个品牌的曝光和销售</p> </div> </div>	
<p>可以得到周到的品牌保护</p> <p>获得更强的品牌保护功能，如Transparency透明计划，帮助您从源头预防假货对品牌销售的侵害，打造全方位的品牌保护罩。</p>	<p>保护手段较少</p> <p>由于没有品牌，没有当地注册商标，非品牌卖家一旦出现商品仿冒等行为，较难得到当地商标法的保护，在日益激烈的国际竞争中，能使用的保护手段较少。</p>
	
<p>专属的品牌销售工具和功能</p> <p>品牌卖家在亚马逊的卖家平台上能够解锁品牌旗舰店、品牌广告、品牌数据分析报告、品牌控制面板等品牌卖家专属的营销功能和工具，更加方便卖家及时掌握销售信息，并根据自身需求制定合适的推广方案。</p>	<p>基本的销售工具和功能</p> <p>对于没有品牌的卖家来说，也可以使用卖家平台的多种销售功能，但在进一步提升流量和转化上，能使用的工具较少，在与品牌商同台竞技时，可能会受影响。</p>
<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>品牌卖家在亚马逊的卖家平台上能够解锁包括品牌旗舰店在内的，多种品牌卖家专属营销功能和工具</p> </div> </div>	

来看看卖家们是怎么看待品牌保护对销量的影响吧!

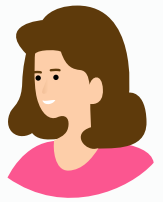


基于品牌注册和品牌保护工具,我们才敢于大力去推广我们的品牌和产品。
2018至2020年,每年营收入都有四到五倍的增长,品牌保护是其中非常重要的一个环节。

—— 吴志鹏,深圳杰奇数码科技

2020年初加入亚马逊,9月份我们通过受理中的商标(Pending Trademark)成功迅速地加入亚马逊品牌注册。在美国复工复产后,月销售额增长了23%,并且买家的回购率非常高,品牌粘性也很好,我们卖家和买家都非常需要品牌注册的保驾护航。

—— Jesse,常州市雅轩服饰有限公司



前辈经验:虽然我们的背景不同,但我们都在亚马逊上实现了品牌梦!



建立品牌,保护品牌,就是在保护销量!

品牌并不是大规模、厚资本的企业及工厂才能拥有的“利器”,在亚马逊的销售中,越来越多的中小微卖家开始重视品牌打造。在亚马逊上注册品牌,对于消费者来说,是对所选购产品的质量和服务的双重保障;对于卖家来说,品牌不止是一个响亮的名字,它能够帮助亚马逊卖家在庞大的海外销售机会中脱颖而出,赢得更多的订单及机会。而处于不同发展阶段,或是处于不同竞争态势的卖家,都应该学会如何通过建立品牌,筑起跨境电商的销量防护网。

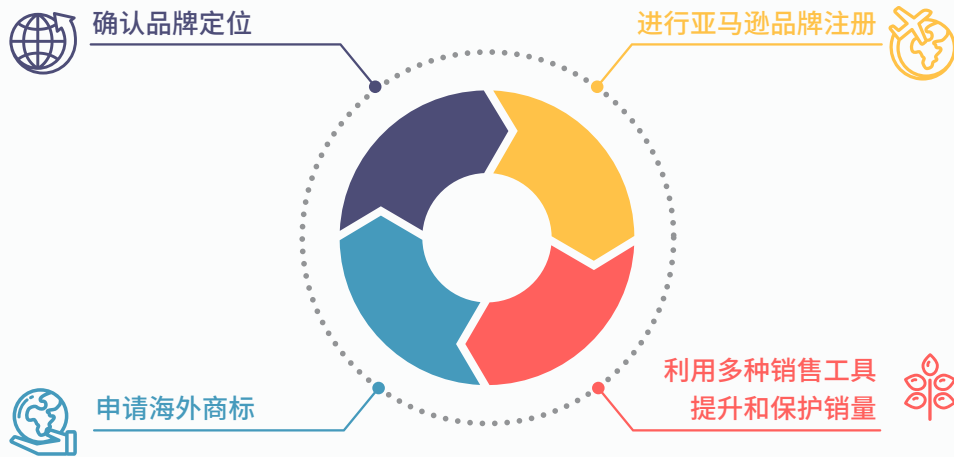


亚马逊品牌注册全指导: [第10页](#)

亚马逊品牌保护工具详解: [第18页](#)

亚马逊品牌注册及品牌保护注意事项: [第36页](#)

入门级品牌跨境人指南



下面开始,手把手带您入门:

一、产品是品牌的核心,品牌定位也应该围绕销售的产品展开

1.品牌定位



认清产品的行业属性



做好充足的市场调研

包括行业分析、竞争对手品牌分析、客户群体定位分析、自身核心价值审视提炼等多个方面



让目标受众快速对品牌产生认同感

2.品牌形象设计

亚马逊全球开店
amazon global selling

布局下一代贸易链

品牌名

品牌名称

通常用文字、符号、图案或三个因素组合构成,涵盖了品牌所有的特征,具有良好的宣传,沟通和交流的作用。

品牌标识语

品牌标识物 (Logo)

通常是设计图案,帮助人们认知并产生联想,使消费者产生积极的感受、喜爱和偏好。

品牌标识语 (品牌口号)

在品牌形象设计中,品牌标识语不是必要的,但标识语的使用可以帮助您:

1. 为产品提供联想
2. 强化名称和标识物

二、申请海外商标

确定品牌定位、建立品牌基本形象体系后，**第一步便是注册商标。**

1. 商标注册

在进行跨境电商销售时，需要先在目标销售地进行商标注册。一般来说，商标注册分为4步：



注意!由于商标注册后，需进行亚马逊品牌注册，卖家需提前知晓：

1. 去申请哪个国家或地区的商标：

目前亚马逊品牌注册接受以下国家或地区的商标，包括：



商标申请的国家或地区应该与所销售地对应，才能确保在进行亚马逊品牌注册后，有权限使用更多更全面的品牌功能。
比如：如果您在亚马逊美国站销售，建议您使用美国商标局的商标进行申请。

2. 申请哪种类型的商标：

目前亚马逊品牌注册仅接受“基于文本的商标”或者“基于图像的商标：由文字、字母或数字组成”，卖家在进行商标注册时需要特别注意自己申请商标的类型。
点击[这里](https://brandservices.amazon.com/brandregistry/eligibility)，查看不同国家的商标进行品牌注册的注意点。

亚马逊

基于文本的商标

amazon

由文字、字母或数字组成的
基于图像的商标

3. 去哪里申请：

您可以通过相关商标服务商来轻松办理，或直接在卖家平台“应用和服务”菜单栏 > 点击“探索服务”检索相关商标注册服务商。

常见地区R标注册周期表



美国商标注册

递交申请后**1**个工作日
下发商标受理回执
8个月左右下证书



英国商标注册

递交申请后**3**个工作日
下发商标受理回执
4个月左右下证书



欧盟商标注册

递交申请后**1**个工作日
下发商标受理回执
4个月左右下证书



澳大利亚商标注册

递交申请后**5**个工作日
下发商标受理回执
8个月左右下证书



日本商标注册

递交申请后**5**个工作日
下发商标受理回执
8个月左右下证书

商标注册需要时间，不同国家的时长不一样，请卖家们做好功课，提前准备！

三、进行亚马逊品牌注册

amazon brand registry

接下来,我们要进行在亚马逊建立品牌、提升销量的关键一步——**亚马逊品牌注册**,或大家俗称的“品牌备案”

亚马逊品牌注册如何助力销量?

在进行亚马逊品牌注册后,您将获得品牌和商品的曝光机会,并在享受到亚马逊提供的全方位品牌工具,比如:

 品牌打造	 品牌分析	 品牌保护
A+页面, 管理试验, 上传和管理视频 品牌旗舰店, Vine, 虚拟捆绑商品 视频广告, 品牌推广, 展示型推广	亚马逊品牌分析, 品牌控制面板 Amazon Attribution	自动品牌保护, 举报侵权行为, Transparency透明计划, Project Zero

现在,您还可以前往卖家平台“**品牌优势**”页面查看完整的品牌商权益,直达链接:
<https://sellercentral.amazon.com/brands/benefits>

我可以进行亚马逊品牌注册吗?



如之前第9页,关于海外商标的商标申请介绍中提及,您首先需要申请所销售国家对应的商标。

进行亚马逊品牌注册的完整流程如下:



有新开店卖家反应,等拿到R标再开始申请亚马逊品牌注册,实在是耗时太久,感觉遥不可及。
因此,为了帮助新手卖家也能快速解锁品牌商工具、提升出单速度,现在,
只要有了待处理商标 (Pending Trademark) 就可以进行亚马逊品牌注册了!

亚马逊品牌注册最新流程：用待处理商标(Pending Trademark)，也能申请！



R标 vs 待处理商标(Pending Trademark)，进行亚马逊品牌注册有何异同？

1. 接受的商标签发地，同！

目前，亚马逊仅接受如下国家/地区和欧盟政府商标局签发的商标。中国商标局签发的商标暂时没有纳入商标注册范围。这些地方都可以用待处理商标(Pending Trademark)申请。



2. 接受的商标类型，同！

目前亚马逊品牌注册仅接受“基于文本的商标”或者“基于图像的商标：由文字、字母或数字组成”，卖家在进行商标注册时需要特别注意自己申请商标的类型。

基于文本的商标	基于图像的商标 由文字、字母或数字组成
AMAZON	amazon®

3. 进行亚马逊品牌注册的准备资料，同！



- 清晰地显示商品和/或包装上的品牌的图片
- 商标注册号；如使用待受理商标，则准备好商标申请号
- 显示您在亚马逊上的品牌商品的 ASIN 示例列表
- 制造和分销品牌商品的国家/地区
- 品牌所属的产品类别（例如服装、体育用品、电子产品等）



注意：
提交品牌注册的申请人，需要为品牌所有人或所有公司。
代理机构或经销商等非品牌方本身不具备为该品牌提交品牌注册的资格。

4. 所获得的品牌商权益，略有不同！

使用受理中商标进行品牌注册，可帮助您快人一步使用品牌商专属工具，但主要限于品牌打造及品牌分析工具，助力您进行早期销量积累；而使用R标进行注册的卖家，还能享受更全面的品牌保护功能。

 <p>品牌打造</p>	 <p>品牌分析</p>	 <p>品牌保护</p>
<p>A+页面，管理试验，上传和管理视频品牌旗舰店，Vine，虚拟捆绑商品视频广告，品牌推广，展示型推广</p>	<p>亚马逊品牌分析，品牌控制面板 Amazon Attribution</p>	<p>自动品牌保护，举报侵权行为，Transparency透明计划，Project Zero</p>

更好的消息！使用待处理商标(Pending Trademark) 进行亚马逊品牌注册后，若后续商标状态转变为R标，卖家无需做任何操作，更无需再次进行注册

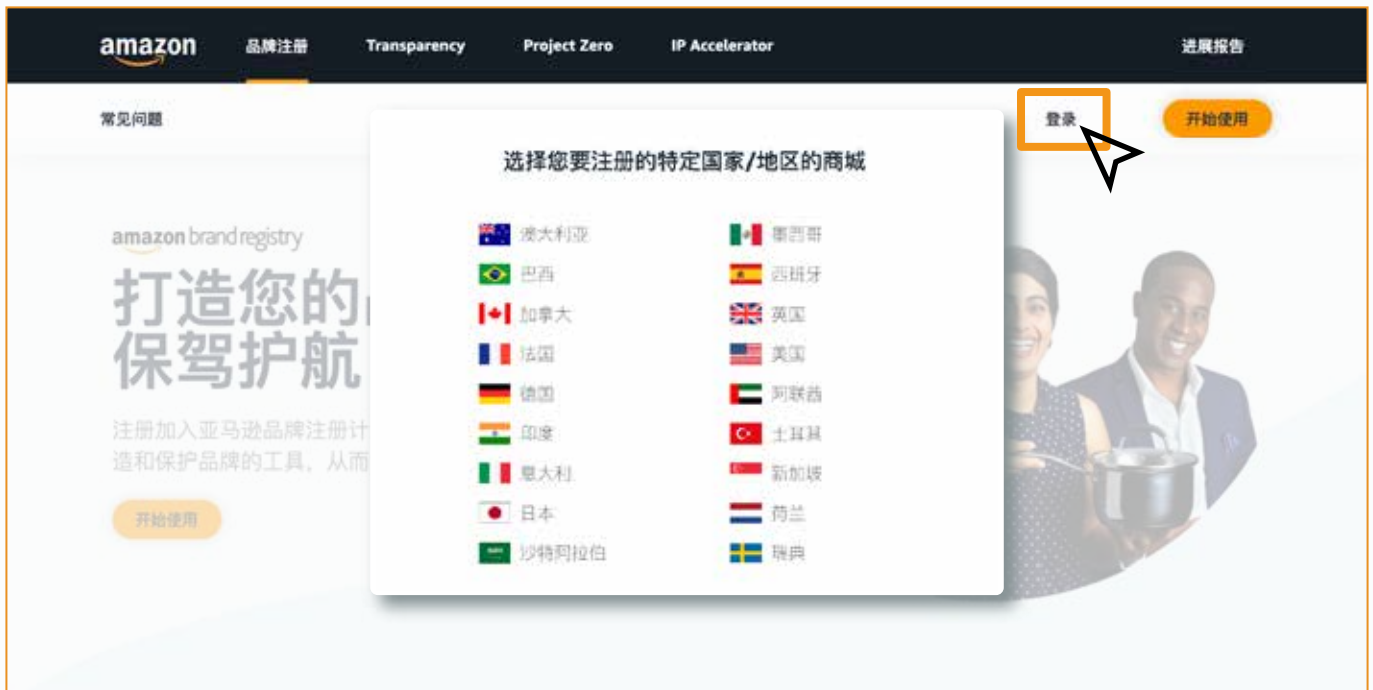
5. 进行亚马逊品牌注册的步骤，略有不同

首先，前往亚马逊品牌注册官网，并遵循以下步骤进行品牌注册：

步骤一：前往亚马逊品牌注册官网

点击右上角“登录”，选择您要注册的国家/地区的对应站点。比如，您希望在美国站进行品牌注册，此处选择“美国”。

复制如下链接开始注册
<https://brandservices.amazon.com/?lang=zh-CN>



步骤二：使用您的卖家账户登录

为帮助您在亚马逊品牌注册后，可以更快速地获取品牌打造和保护的相关功能，请使用您在对应亚马逊站点的卖家账户邮箱和密码登录。如果您还未开店，建议开店后再进行申请。

注意：如果您要在不同国家站点分别申请亚马逊品牌注册，您需要使用对应站点的卖家账户登陆

Sign-In

Email or mobile phone number

Password [Forgot your password?](#)

Sign-In

By continuing, you agree to Amazon's Conditions of Use and Privacy Notice.

Keep me signed in.. Details ▾

_____ New to Amazon? _____

步骤三：提交信息，完成亚马逊品牌注册账户创建

如果您之前没有任何品牌进行过亚马逊品牌注册，首先需要填写您业务的基本信息，再点击“创建账户”：

请告诉我们您的业务情况

① 如果您计划使用您用于登陆的凭证来创建卖家平台账户，请先**创建该账户**。完成后，返回亚马逊品牌注册并使用相同的凭证注册您的品牌。如果您不打算使用这些凭证创建卖家平台账户，则可以继续注册亚马逊品牌注册。

提供以下表格中的信息来创建您的账户。

申请人全名 *
在法律声明或商标申请中输入您的全名。

街道地址 *

城市/镇 * **州/省/省份 ***

国家/地区 * **邮编/邮政编码 ***

申请人的职务 *

公司名称 *

您的业务是否已经注册了公司?
 是 否

请输入图片中的字符



[尝试另一张图片?](#)

输入上述字符

校验

创建账户

创建账户代表您申明您拥有您在品牌注册里注册的品牌，或者您被该品牌授权代表它在品牌注册里进行注册，同时您同意您即将提供用于品牌注册的信息据你所知是准确并且真实的。

提交申请人需要是品牌方，如实提交品牌方及申请操作人的相关信息。
例如，您作为品牌方员工来进行品牌注册，则如实填写您品牌/公司信息及您个人信息。

步骤四：进入亚马逊品牌注册后台，开始注册新品牌

账户创建后，您将会进入亚马逊品牌注册后台。点击左侧“注册新品牌”，您将看到注册过程中需要准备的材料清单，如果您已准备好，请点击“注册您的品牌”。



步骤五：提供品牌信息，进行亚马逊品牌注册的申请

注意!!对于在不同商标局申请的待受理商标,此处的操作步骤略有不同,因此请确保在“选择一个商标局”这个问题中,根据您商标的情况正确选择。我们以美国商标局和日本商标局分别举例:

- 美国商标进行品牌注册:

注册品牌

○ ———— ○ ———— ○
品牌信息 销售账户信息 分销信息

品牌信息

以下信息将有助于我们识别您的品牌,并让您开始进行品牌注册。

您的品牌名称是什么?

请输入您的商标名称,其中包括您的品牌名称的首选大写形式。

选择一个商标局

美国 - United States Patent and Trademark Office

请输入注册号或序列号

- 如用R标: 此处请准确填写您的商标编号(Trademark Registration #). 请注意必须和当地商标局注册信息完全一致。
- 如用待处理商标(Pending Trademark): 填写商标申请编号 无需在此步骤中告知亚马逊品牌注册您商标的申请状态。

- 日本商标进行品牌注册:

品牌信息

以下信息将有助于我们识别您的品牌,并让您开始进行

您的品牌名称是什么?

请输入您的商标名称,其中包括您的品牌名称的首选大写形

选择一个商标局

日本 - Japanese Patent/Trademark Office

如果您要申请已注册的商标,请输入注册号。如果您要申请待注册的商标,请输入申请号

您商标目前的状态是什么? [有关商标状态的更多信息,请访问品牌注册常见问题。](#)

已注册

待定

选择商标类型

文字商标

基于图像的商标(由文字、字母或数字组成)

- 如用R标: 选择“已注册”。
- 如用待处理商标(Pending Trademark):选择“待定”。

商品信息

请提供只想您品牌官方网站的 URL。提供URL 可以帮助我们更好地识别您的品牌 (可选)

如果您在其他电子商务网站上销售商品,请提供在那些网站上您的店铺网址 URL (可选)
[添加更多](#)

以上关键步骤完成后,只需按照页面指示,提交信息和验证码,即可轻松提交申请,等待亚马逊品牌注册的审核通过。另外,请注意:

- 请确保在接收验证码邮件后的30天内回传验证码。
- 提交完毕后,请持续关注来自 brand-registry-support@amazon.com 的邮件通知。

我还同时运营多个亚马逊站点，需要进行多次亚马逊品牌注册吗？



您在完成一次亚马逊品牌注册后，可以通过授权其他站点账户及添加商标的方式，为其他站点也进行亚马逊品牌注册，无需再走一次申请流程。完成亚马逊品牌注册授权后，就可以在这些站点享受包括A+页面、品牌旗舰店等在内的品牌打造工具。
但请注意：将品牌授权给其他站点，不能享受该站点的品牌保护，只有拥有销售国的当地的商标，才能对侵权行为进行投诉，更好地保护品牌销量。
因此亚马逊强烈建议：在授权的同时，也要开始申请当地商标、并及时添加商标。

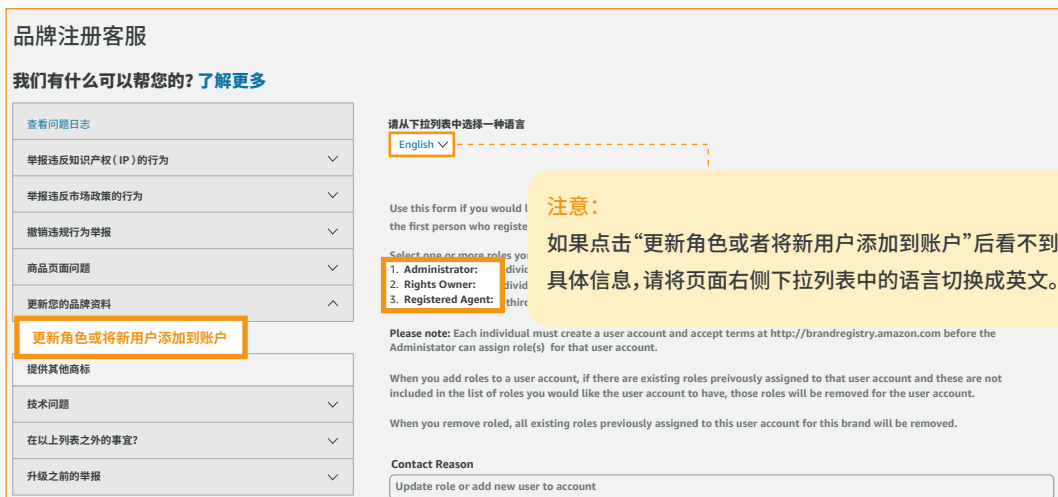
1. 亚马逊品牌注册成功后，如何授权我在其他站点的账户？

卖家必须是注册品牌的第一个申请人或被指定为品牌管理员的角色，才能将品牌授权给其他站点（即为已注册品牌添加新用户）。操作步骤如下：

1) 登录：<https://brandregistry.amazon.com>，点击“品牌注册客服人员”；



2) 选择“更新您的品牌资料” > 选择“更新角色或者将新用户添加到账户”，按要求填入所需信息；



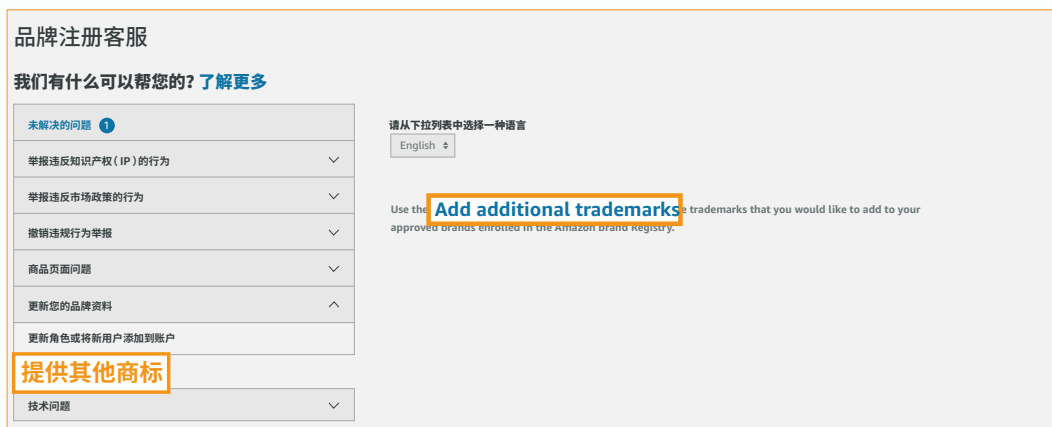
3) 选择要分配给新添加的用户账户的一个或多个角色

注意：若要更新或者移除角色，请按照上述相同的步骤操作，在第三步时选择“更新”或者“移除”角色以及完成其他内容填写即可。此外，想要添加的新角色的邮箱必须只存在于一个卖家账号中，如果在多个卖家账号中同时存在，可能会导致添加失败。

2. 亚马逊品牌注册成功后, 如何添加更多商标?

由于品牌的业务扩张需要, 经常有卖家在经营过程中需要增加新注册的商标, 对于已经完成亚马逊品牌注册的卖家, 不需要再重新走一次品牌注册的流程, 而可以直接为其品牌增加更多的商标。

直接在上述第一步点击“品牌注册客服人员”后, 选择“提供其他商标”, 按要求填入所需信息:



英国脱欧, 对品牌注册有何影响?



由于商标法的变更, 2021年1月1日起, 欧盟商标在英国将不再有效, 品牌所有者应在英国和欧盟的知识产权局拥有单独的商标。因此, 如果您在亚马逊英国站点运营, 并希望享受全方位的品牌打造和保护功能, 您需要拥有英国商标。有关英国知识产权局知识产权规则变更的更多详情, 可以访问英国政府网站了解更多: <https://www.gov.uk/>

情况一

若有现成的英国商标, 并已经用其他国家/地区商标进行过亚马逊品牌注册, 应如何操作?

您可以自行将英国商标添加到亚马逊品牌注册账户:

- 在<https://brandregistry.amazon.co.uk>上登录账户
- 点击“品牌注册”控制面板上的“支持”
- 点击“联系品牌支持”, 选择“更新您的品牌资料”
- 点击“添加其他商标”
- 填写提供的表格

情况二

若有现成的欧盟商标, 但从未进行过亚马逊品牌注册, 现在还可以用欧盟商标进行注册吗?

可以, 但所获得的品牌商权益会有所不同。举例, 卖家A同时运营亚马逊德国站和英国站, 使用欧盟商标进行亚马逊品牌注册后:

- 德国站: 有资格享受所有的品牌商权益, 包括各种品牌打造、品牌分析、及品牌保护工具
- 英国站: 有资格享受品牌打造及品牌分析工具, 但品牌保护工具的使用将受限, 需要添加英国商标后才能享有当地法律保护

恭喜你学习完品牌注册的所有课程! 完成品牌注册, 是成功迈出销量提升的第一步!
接下来我们会介绍如何用使用亚马逊的4大品牌保护工具, 为冲刺销量保驾护航!



Transparency 透明计划：主动拦截假货

什么是Transparency透明计划？

Transparency透明计划是亚马逊为品牌商和消费者提供的一项商品追踪和真伪验证服务，它能事先防止假货商品在亚马逊上销售，有效避免您品牌的产品被假货跟卖！



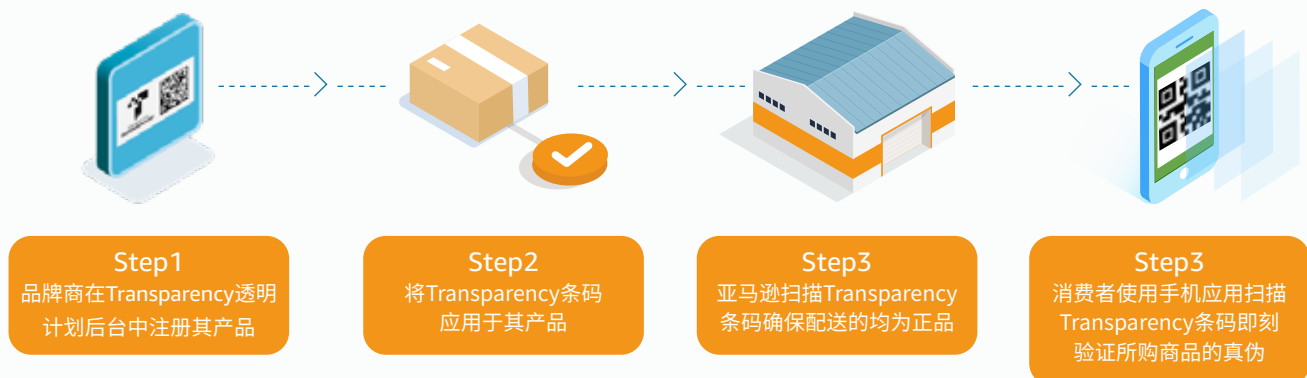
- 1 无需全店参与，可按需求选择产品
- 2 10,000+品牌加入Transparency透明计划
- 3 无论是用FBA还是自配送，都能高效防止假货跟卖
- 4 开放10大海外站点，一国完成亚马逊品牌注册，10大站点均可加入

1. Transparency透明计划如何高效避免假货跟卖？



一码防伪，高效防假！Transparency透明计划允许品牌商将独一无二的条码应用于其生产的每件产品或产品包装上。无论商品是通过亚马逊物流还是卖家自行配送，亚马逊都会通过Transparency条码**主动鉴别每件商品的真伪**，只有正确应用条码的商品才能进行销售，从而阻止消费者购买到假冒商品。此外，消费者可以使用手机应用扫描商品上的条码以验证其从任何渠道所购商品的真伪。选择有需要的商品应用上Transparency条码，就能帮您**从源头上预防假货商品的销售**！

Transparency透明计划工作流程概览



2. Transparency透明计划对日常运营有什么好处？

Transparency透明计划对假货的提前拦截,对卖家的帮助主要有4点:



减轻运营压力

通过事先、主动的防假货跟卖机制,可以帮助品牌减少事后举报和处理的时间精力



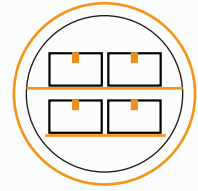
避免假货商品评论

减轻可能由于假货造成对评论的影响



轻松检验商品真伪

买家可以扫码检验产品真伪



曝光更多品牌信息

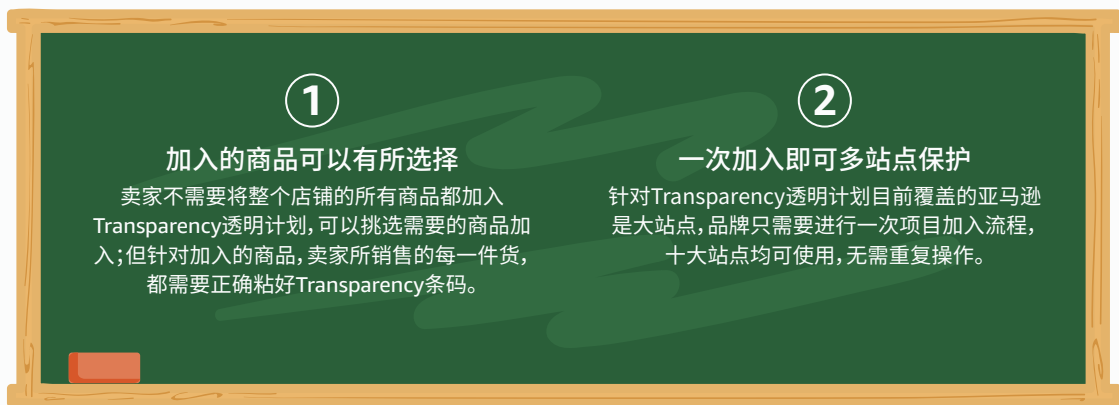
扫码后还提供精确到单件商品的信息,加深品牌印象

3. 申请要求是什么？

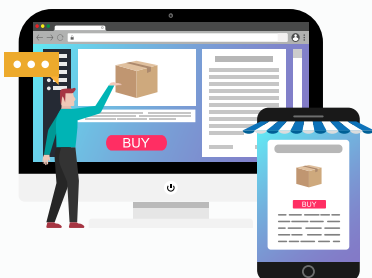
满足以下条件的卖家,即可马上提交申请:



- 通过亚马逊品牌注册从而证明品牌所有者的身份
- 商品必须具有全球贸易项目代码 (GTIN), 如商品上的 EAN 或 UPC 条形码等
- 对于加入Transparency透明计划的商品, 确保能够在生产的每件商品上都应用唯一的 Transparency 条码。这可以通过将代码粘贴到每个单位级商品的包装上, 或者直接在商品包装上印刷条码来完成



4. 既然不需要全店铺商品都加入, 那什么产品适合?



• 全新产品:

卖家可以将全新产品申请加入Transparency透明计划, 并在最短时间内开启保护! 由于新品开启保护的流程较短, 开启保护的时间比老品要少很多。开启 Transparency 透明计划的新品, 上线第一天就可以免受假货侵害, 帮助卖家把更多的精力和资源投入到Listing的优化、以及产品的引流推广上来, 从而助推产品的成长。

• 热销产品:

卖家可以将热销产品申请加入Transparency透明计划, 以免受假货侵害, 维护热销产品的长期销量和口碑。没有了假货困扰, 王牌热销产品在享受销量持续上升的同时, 也可以给商品评论带来正向刺激, 帮助提升消费者对品牌的信心和粘性。

5. 费用标准

加入 Transparency 透明计划不会带来佣金变化,其成本主要在申请 Transparency 代码以及打印、贴标代码上。
根据品牌需要申请的累计标签数量不等,每个标签的收费在0.01至0.05美元之间,同时对标签的数量也没有最低起订量的要求。



不管是用FBA还是自配送, Transparency 透明计划的保护力度都很明显!
疫情期间有一些加入Transparency 透明计划的产品通过自配送发货的,亚马逊也
同样要求卖家提供Transparency 代码进行检查。

—— Alen

我们刚开始选择了从庭院产品里的小类目入手,当时竞争不是那么激烈,也并没有遇到什么假货的困扰,但是为了维持在品类中的长期竞争力,更不让辛辛苦苦推起来的排名和销量遭受风险,我们还是选择防患于未然。

—— 楼先生



产品贴上了Transparency透明计划条码之后,不仅假货跟卖逐渐消失了,我的产品星级和评分数量,包括排名也都慢慢上来了,因为我的顾客都觉得我的产品正规、值得信任。

—— 曹总

立即扫码申请

立即扫描以下二维码提交申请
和Transparency透明计划经理1对1详聊
如何帮助保护品牌和热销品的销量!



amazon project ZERO

Project Zero: 自助式假冒商品移除

Project Zero 计划及其自动保护和自助式假冒商品移除工具能够确保买家在亚马逊买到正品商品。利用亚马逊和品牌的综合优势, Project Zero 计划可以通过三个方面的功能来将假冒商品的数量降至零。

Project Zero 三大功能

1

自动保护

自动保护由亚马逊的机器学习提供支持, 持续扫描卖家店铺并主动删除可疑的假冒商品。您只要提供自己的关键数据点(例如商标、徽标等), 亚马逊将每天对商品信息更新尝试进行超过50亿次扫描, 以查找可疑的假冒商品。



自助式假冒商品移除

卖家不再需要联系官方来从店铺中移除假冒商品。相反, 卖家可以直接通过使用新的自助服务工具, 自行移除假冒商品。同时, 亚马逊还将使用相关数据来增强自动保护功能, 以便在将来更好地主动捕获潜在的假冒商品。

2

3

商品序列化

对于注册商品, 卖家可以将唯一的代码应用于生产的每一件商品, 从而让亚马逊能够扫描代码, 并确认在亚马逊店铺购买的每件商品的真伪。这项服务让亚马逊能够在商品送达消费者手中之前便对其进行检测, 以阻止假冒商品的售卖。



Project Zero 计划的收费标准

您可以免费注册 Project Zero, 访问自动保护功能和使用假冒商品自助删除工具。选择使用 Project Zero 中的序列化服务的品牌, 需要承担每件商品的费用, 具体金额取决于商品数量。

加入 Project Zero 计划资格要求

卖家可以登陆亚马逊品牌注册 Project Zero 页面, 查看自己是否符合资格。一般来说, 只要满足以下资格要求, 即可加入 Project Zero:

1 您的品牌必须持有有效的政府注册商标, 并且在亚马逊品牌注册中完成了注册

R

2 您作为卖家



- 必须是商标的版权所有者
- 拥有一个可以访问品牌注册的亚马逊账户
- 在过去6个月中利用举报侵权行为工具提交过潜在侵权报告, 并且接受率至少为90%

注意:为了防止滥用亚马逊的工具, 亚马逊有权评估其他因素, 以确定用户的资格。并且, 一旦某个品牌在一个国家/地区注册了 Project Zero, 该品牌就会自动在其他国家/地区注册。

自动品牌保护工具 + Report a Violation 举报违规行为工具

但是,对于一些目前侵权问题较轻,或者刚起步的卖家,只需完成亚马逊品牌注册,就可享有自动品牌保护和自主举报行为违规工具,来对应侵权风险,为品牌出海保驾护航。

什么是自动品牌保护工具?

自动品牌保护是亚马逊为品牌卖家提供了一种自动化的品牌信息保护手段。通过机器学习,亚马逊会利用品牌提供的信息实施预测性保护,试图识别和移除潜在的不良商品信息。卖家可以获得包括对品牌名称的保护、对Logo(徽标)的保护、创建报价的限制和创建ASIN的限制在内的多重自动品牌保护措施。

什么是举报违规行为工具?

举报违规行为(Report a Violation, Rav)是亚马逊提供的一种举报侵权行为工具。卖家可以使用该工具的搜索和举报功能,授权知识产权所有人(Rights owner)及其代理人(Registered Agent)将涉嫌侵犯知识产权的行为通知亚马逊。

对抗侵权行为,先认识什么是侵权!

亚马逊知识产权政策主要涵盖对版权侵权、商标侵权和专利侵权三种侵权类型的规范和保护。



什么是版权

版权旨在保护原创作品,如视频、电影、歌曲、书籍、音乐作品、视频游戏和绘画等,鼓励为了公共利益而创作原创作品。要获得版权保护,作品必须具有精神性内容,有一定的形式,且必须具有一定程度的创新性。原创作品的作者通常拥有该作品的版权。



示例

Pinzon品牌所有者拍摄了如下床单照片,拥有这些床单图片的版权。卖家贾斯丁打算将这些图片复制到其他商品详情页面,用于销售自己的商品,那么贾斯丁会侵犯Pinzon床单图片的权利所有者的版权。

什么是商标

商标是指公司用来识别其商品或服务并将其与其他公司的商品和服务区分开来的文字、符号或设计,或其组合(如品牌名称或徽标)。换句话说,商标表示了商品或服务的来源。一般来说,商标法旨在防止买家对商品或服务的来源产生混淆。

如果决定在亚马逊上销售商品,请先考虑以下问题:销售的商品是否来自知名的经销商?这些商品是如何获得的?如需验货,能否证明它们为正品?描述这些商品的方式是否会给买家造成混淆?

示例

卖家贾斯丁正在销售非品牌的普通床单套装,但将商品作为Pinzon床单套装进行宣传,这会对商品的来源或从属关系(即品牌Pinzon)产生混淆,会使消费者认为他们购买的是Pinzon床单套装,则对Pinzon商标造成侵权。

什么是专利

是针对发明的一种法律保护形式。已公布的专利可授予其所有者禁止他人在固定年限内制造、使用、提供销售、销售或将发明进口到其他国家的权利,专利有三种主要类型:发明、实用新型专利和外观设计专利。

小知识:

- 专利与商标的不同之处在于:它为发明(如新机器)而不是为用于识别商品来源(如商品的名称)的文字或标志提供保护。
- 专利与版权的不同之处在于:它不为图书或照片等创造性作品的表现内容提供保护,而是保护某种特定的发明,如新的图书印刷方法或新的相机类型

常见侵犯专利权示例:

- 卖家所售手机壳的样式、材质与已经获得其他商家专利的手机壳相似
- 所售扫地机器人抄取热卖扫地机器人已经获得专利的静音功能
- 卖家售卖的可折叠婴儿车的折叠方式已经被其他商家申请专利

不幸遭遇侵权? 四步用好举报违规行为工具向亚马逊举报!

步骤一

进行了亚马逊品牌注册的卖家, 可以登陆 <https://brandregistry.amazon.com>
选择“举报违规行为”, 或者“保护 > 违规举报”



步骤二

可以执行基于文本或图片的搜索, 以查找和识别 ASIN、商品和图片
可以通过以下三种方式搜索侵权行为

举报违规行为 [了解如何充分使用此工具](#)

① 为确保我们可以准确地处理您提交的信息, 请使用 1) 英语 或 2) 页面右上角语言切换器下拉菜单中显示的第一个语言填写此表格中的必填信息。

此表格旨在用于知识产权权利人所有者及其代理向亚马逊通知涉嫌侵犯知识产权的侵权行为。
要举报其他违反政策的行为或其他形式的滥用, [联系我们](#)。

现在, 您可以在 [提交历史记录](#) 页面上查看您的违规举报及其状态的历史记录。

① 按订单编号搜索
您现在可以通过输入与测试购买相关的订单编号来搜索商品

搜索: ? 新功能!
amazon.com

输入商品、品牌、订单号或最多 100 个 ASIN/商品 URL (以逗号分隔) 搜索

或

按图片搜索
浏览

文件类型: jpeg、jpg 格式, 最大文件大小: 2MB。
欲获得最佳结果, 请使用超过 500x500 像素且具有易分辨特征 (例如: 边缘和文本) 的图像。

全球搜索:
在同一屏幕上, 无需离开页面, 即可搜索不同亚马逊网站中的内容, 从页面左上角的下拉菜单中即可切换不同站点。

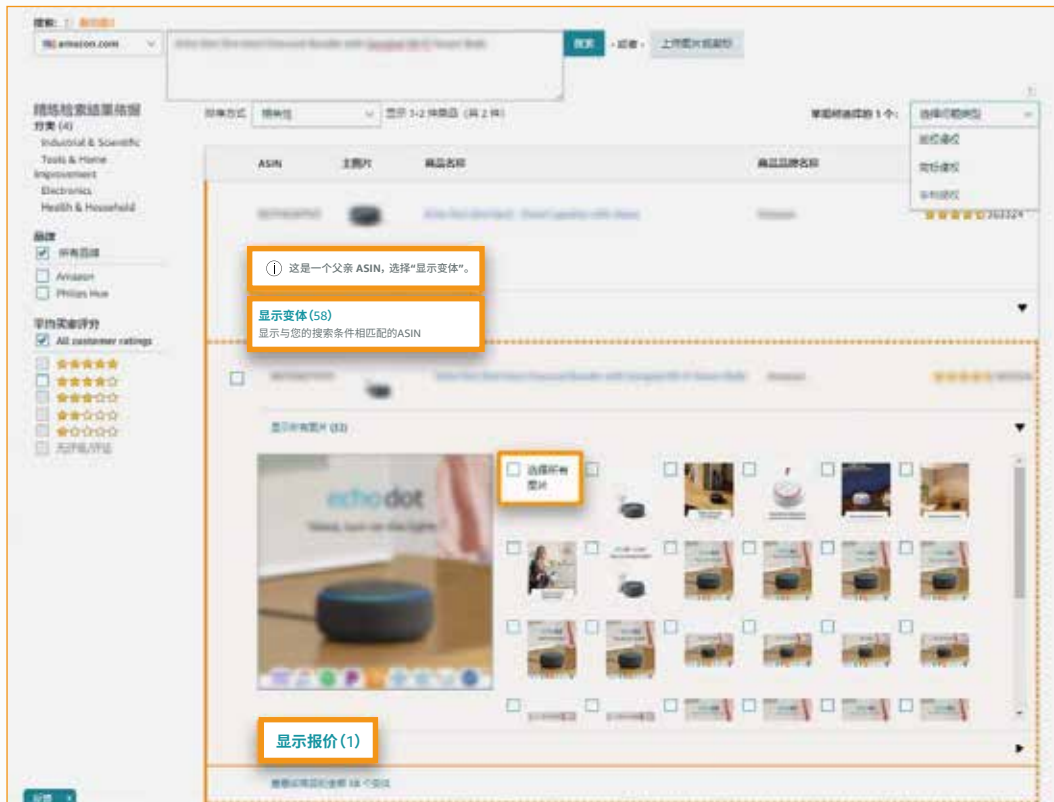
图片搜索:
使用图片查找亚马逊上
与您的商品或徽标匹配的商品信息。

批量 ASIN 搜索:
批量搜索 ASIN 或商品 URL 列表以快速查找和报告潜在的
侵权内容, 一次可输入多达100个 ASIN 的列表 (以逗号分隔)。

步骤三

选择要举报的内容: 确定了一个或多个您认为侵犯了您的ASIN、商品或图片后, 请在搜索结果中点击相应项目旁的复选框;
如果要选择ASIN的特定商品或图片, 请点击商品名称下方的显示商品或显示所有图片

注意: 如果您查看的是父ASIN, 请点击ASIN下方的扩展项以查看所有变体



步骤四

选择问题类型: 点击搜索结果顶部右上角区域的“选择问题类型”下拉菜单, 然后选择您要举报的侵权类型



步骤五

按提示提供其他信息

1. 举报违规行为工具 (Report a Violation) 5大类常见错误

1. 侵权类型选择错误

举报违规行为的侵权类型总共有三种：**商标侵权**、**版权侵权**和**专利侵权**。

在举报流程中，**必须选择正确的侵权类型才能成功举报侵权行为**。

如果您要举报商标或专利的侵权行为，则您的注册商标或专利必须在您举报侵权行为的国家/地区完成注册。



版权侵权

卖家未得到版权所有者的授权，擅自将他人所有版权的照片或作品上传到商品详情页



商标侵权

卖家使用某种特定的标志或易混淆的近似标志，导致买家对所售商品是否是商标所有者的商品产生混淆。您必须先确认您举报的ASIN产品详情页是否使用您的商标，如果详情页不包含您的商标，该举报是无效的



专利侵权

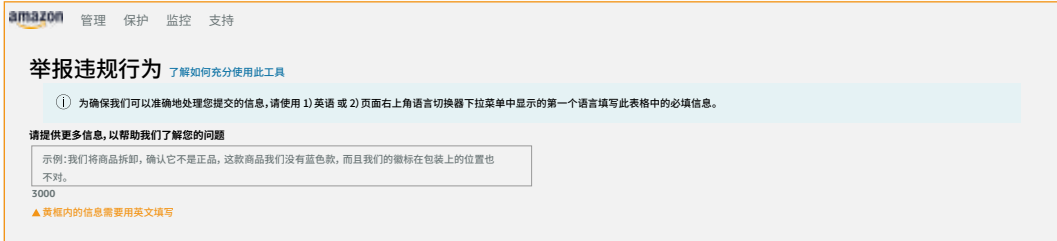
卖家在他人专利有效期内制造、使用、提供销售、销售、或将发明进口至专利注册国的行为



2. 举报信息不完整

您必须在举报过程中提交所有所需内容, 否则亚马逊可能会拒绝不完整的举报。

在“提供更多信息以帮助我们了解您的问题”栏, 为确保亚马逊可以准确地处理您提交的信息, 请使用英语。



3. 重复提交未接受举报

假如您的举报被拒绝, 您认为需要亚马逊再次审核或者您最初的举报被接受, 但是后来发现所举报的ASIN恢复了销售, 您可以升级之前的举报, 但请勿重复已有审核结果的举报。

具体步骤:

登录亚马逊品牌注册后台<https://brandservices.amazon.com/> -> 选择“品牌注册客服人员” > 选择“升级之前的举报”



如果页面中没有出现相应信息, 可能是由于语言不支持, 您可以尝试将语言切换成英语。



4. 使用举报违规行为工具进行渠道管控

举报违规工具仅支持潜在在知识产权侵权的举报, 是否授权或者制造商/品牌商为其商品订立独家经销协议是制造商和经销商之间的事情, 亚马逊尊重授权以及经销的协议, 但是亚马逊不为此类执行活动提供协助。如果你未授权其他人销售您的产品, 但是发现有卖家在亚马逊商城销售您的产品, 请通过测试购买 (test buy) 识别商品的真伪性, 只有当购买的产品为假冒商品时, 您可以提交举报。

5. 举报非知识产权违规行为

举报违规工具仅支持潜在知识产权侵权的举报,如果您要举报非知识产权侵权的违规行为(例如,收到的商品与详情页面上的商品不同,商品详情页面违反亚马逊政策或误导消费者等)。请通过“卖家平台”>“绩效”>“账户状况”>“举报滥用亚马逊政策行为”提交举报。



2. 常见问题



如何确保在亚马逊开店时不侵犯他人的专利?

商品的制造商或经销商可能能够帮助您解决专利的相关问题。如果您不确定您的内容或商品是否侵犯了他人的专利,应该先咨询律师,再将商品发布到亚马逊。



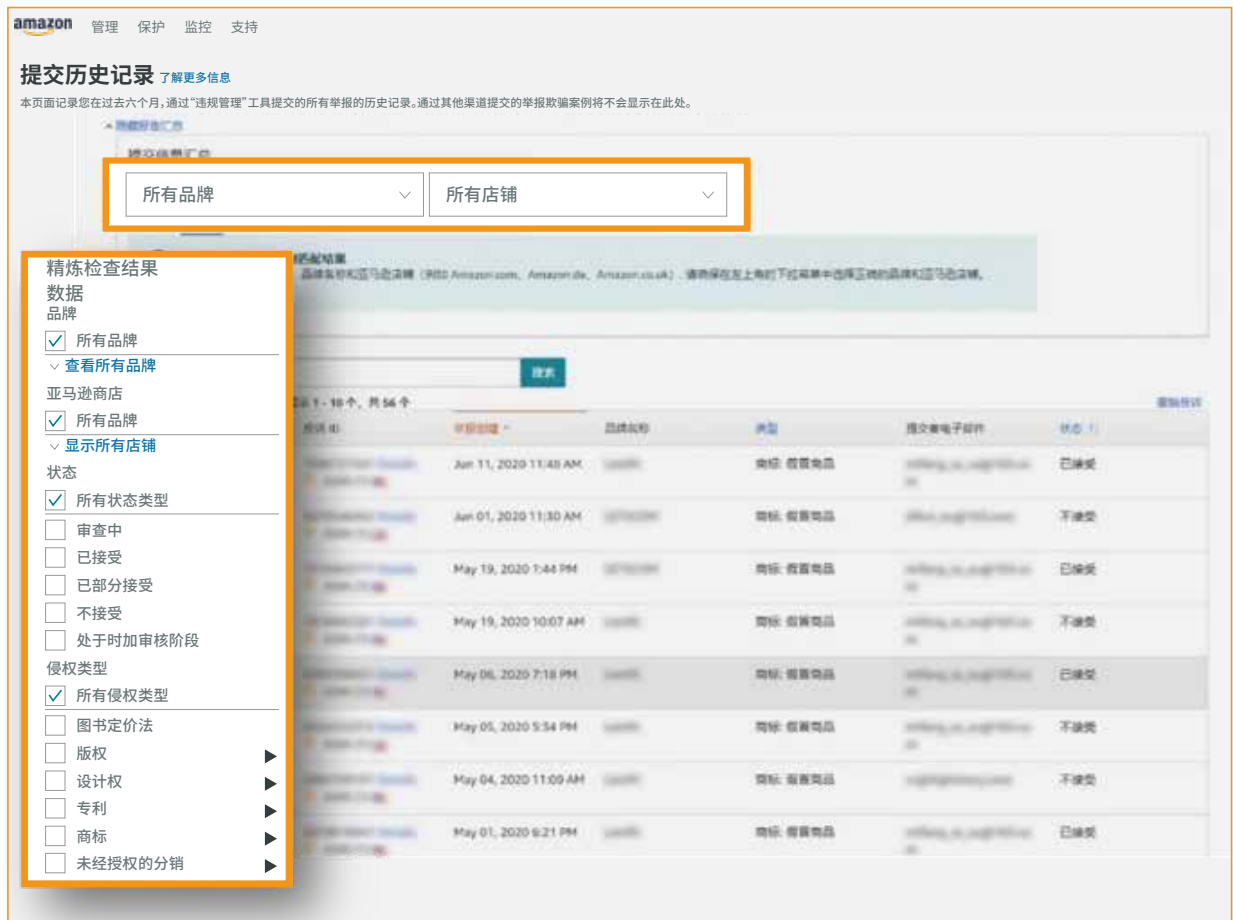
卖家收到侵权投诉,该怎么办?

请参照“卖家知识产权政策”(通过卖家平台搜索框搜索),该政策详细介绍了多种情况的处理方案,包括:回复知识产权侵权通知;多个知识产权侵权警告;账户暂停;遵守相关法律。



如何查看我所提交的举报侵权记录？

登陆 <https://brandregistry.amazon.com>，选择“监控 > 提交历史记录”
可以根据品牌、店铺、时间等信息筛选提交记录。



品牌跨境人之资深卖家实战经验分享

恭喜您来到最精彩的章节！

我们的亚马逊资深卖家们真心分享自己的跨境电商心路历程，纯干货避坑，帮助新卖家们弯道超车！

卖家一 REAL RELAX

早期铺货类卖家典型，转型精品化路线典范
从大处着眼小处，疫情期间销售额翻一番！

- 公司：飞沃按摩椅
- 姓名：江峰
- 职务：公司老板

成立于2009年的飞沃贸易开启跨境电商业务，经过不断地摸索和调整，2013年入驻亚马逊，并于2015年毅然从起初的传统铺货模式，转向品类精简和产品转型的精品化路线，最终选择专注按摩椅这一个品类，销售额也保持在每年至少50%的增长！

我们创办了自己的工厂，坚持自主研发，拒绝“山寨”
为了保护研发成果，申请了专利，并注册了商标。

虽然我的产品属性较特殊，定价较高，但是未来市场竞争
还是存在，面对侵权和假货风险，必须未雨绸缪。

做亚马逊想要做的长久，并且对自己的产品有底气
一定要认真建立品牌，用Transparency透明计划保护销量。



品牌注册 给了我们底气 营销工具 给了我们收益

有过很长一段时间，我们因为不太懂如何在亚马逊运营品牌，没有去做推广。后来从亚马逊全球开店的培训中，了解到品牌商有需要助力销量的工具，先后做了A+页面、品牌旗舰店等等，对销量、复购率都有很大帮助。

品牌助力复购。因为我们的产品比较特殊，基本上能够搜索这个关键词的，都是有购买意愿的，而且客户的忠诚度很高。如何抓住老客，保持复购率，对我们很关键。亚马逊提供给品牌商的品牌旗舰店、品牌推广广告等工具效果很好，它能让回头客更方便地浏览我们店铺里的更多产品，再次刺激复购。而且疫情下海外消费者的消费习惯也在往线上转移，甚至会提前买好一些必备的产品。有了品牌光环，这几年我们的销售额在每年保持30% - 50%增长的基础上，2020年几乎翻倍，达到80% - 100%的增速！

知识产权很重要，品牌注册要尽早！ 先防范，省心省力，何乐不为？！

海外对知识产权的管控非常厉害，你有经历过吗？

我被告侵权过。

前几年做跨境电商，大家都只是卖货，没有往知识产权去考虑，交了不少的学费。

在刚开始做亚马逊的时候，我们曾经在按摩椅的外包装上写“工厂直销”字样，因为消费者会认为这样是去中间商价，售后也有保障。但是在海外，“工厂直销”这四个字已经被注册了商标。所以，当时在不知情的情况下，我们的外观、结构都被告了侵权。后来走了法律渠道，不仅花了3-4个月的时间成本，还导致堆积在亚马逊的库存无法销售，错失了很多机会。

从无意中侵权别人，到学会保护好自己。后来，我们创办了自己的工厂，坚持自主研发，并为保护研发成果，申请了专利，注册了商标，在2018年进行了亚马逊品牌注册。“面对侵权举报，因为品牌已经在亚马逊完成了品牌注册，我们只需要提供证明，亚马逊就能帮忙解决，不再需要寻求外部法律途径；面对其他卖家对我们品牌的侵权，我们也可以使用亚马逊的举报侵权行为工具，向亚马逊举报寻求处理。”

既然已有专利“防身”，为何还要选择Transparency透明计划？

我们目前做的这两个产品成本本身就不低，客单价打底都在一百两百美元，而且产品都是我们自主研发，其实目前面临的假货跟卖现象并不严重。但是，防止侵权、假货风险必须未雨绸缪。

投入大、产品强，我们输不起。Transparency透明计划对我们最大的帮助，就是省心，不用再浪费时间和精力，担心侵权、假货跟卖的发生。“想要亚马逊做的长久，并且对自己的产品有底气的话，特别是红海类目、公司经济支柱的产品，我认为都很有必要加入透明计划。”

今年还准备上三个新的品牌，我们对新产品给予了很高的希望，上新前我们一定会统统加入Transparency透明计划。

卖家二 Oannao

杜绝水土不服, 彻底解决跨站点假冒
保护销量, 订单率直接提高百分之三!

- 公司: 深圳市十加科技有限公司
- 姓名: Marc Lee
- 职务: 品牌负责人

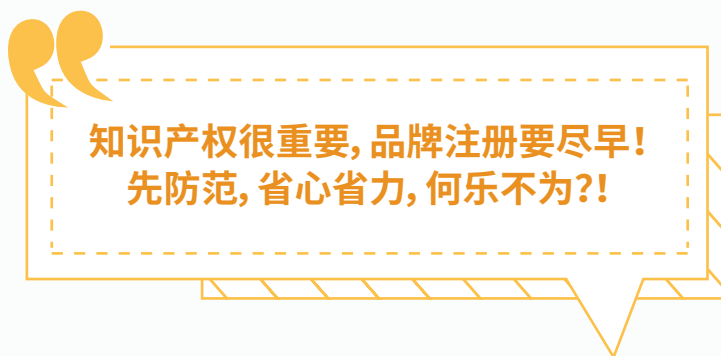
2016年末入驻亚马逊, 主营硅胶类产品厨房用具。2019年中加入Transparency透明计划, 主要为了解决跨站点假货跟卖的状况。

使用了亚马逊的营销工具后, 转化率得到提高,
实际订单量上涨了2%-3%。

自从加入Transparency透明计划后,
彻底解决了跨站点假货跟卖问题, 保护了我们的销量。

我提倡新卖家注重品牌保护, 尽早加入Transparency透明计划
避免后期带来不必要的损失和运营压力。

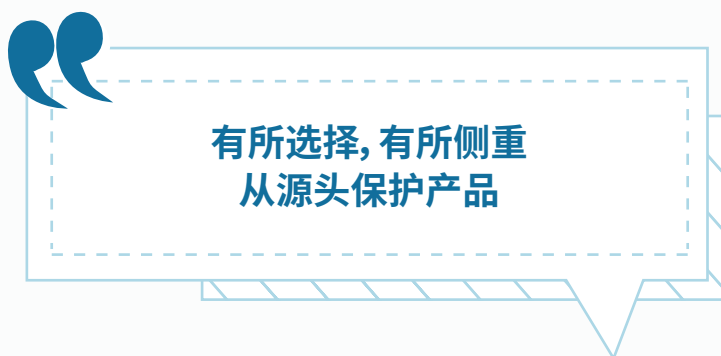
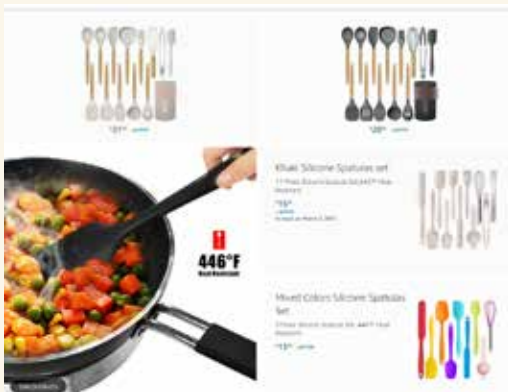




做海外电商, 如何避免品牌和产品水土不服的问题?

我做好品牌很重要, 亚马逊帮我们解决了这个问题。

我加入亚马逊的初衷有2个, 首先亚马逊对于新品牌很友好; 其次, 亚马逊的营销工具也非常好用。比如A+页面和视频可以帮助消费者更好地直观地了解产品; 品牌推广广告可以一次展示多个Listing。使用了亚马逊的营销工具后, 转化率得到了提高, 实际订单量上涨了2%-3%。



热卖商品不幸被假货跟卖, 怎么办?

“2016年末在亚马逊开店后, 陆续注册了商标, 在一年后才进行了亚马逊品牌注册。好不容易做起来的产品, 不幸被跨站点假货跟卖, 情况严重的时候简直让人怀疑人生! 后来我们发现, 跨站点销售的产品, 只要Transparency计划开启保护, 是可以跨站点保护销量的。后来加入了Transparency透明计划, 彻底解决了跨站点假货跟卖的问题, 保护了销量。所以我提倡新卖家注重品牌保护, 尽早加入Transparency透明计划, 避免后期被假冒跟卖而造成不必要的损失。”

Transparency透明计划适合什么类型的产品?

“我个人认为, 普货、轻小商品等竞争比较激烈的类目, 都需要考虑。其次, 也需考量利润问题, 如果一个产品刨去成本, 能赚到十几美金或者以上, 为了保护销量我肯定会选择去加入Transparency透明计划。”

卖家三

太厉害了!1人开店也能轻松保持每年销量4倍增长,
营销工具助力10天卖爆库存!

- 公司: 外贸公司
- 姓名: 数知
- 职务: 品牌拥有者/老板

一人开店,主要经营居家收纳。2016年在亚马逊开店,2017年开始申请美国商标,2020申请亚马逊品牌注册后,10月开始加入Transparency透明计划。从2017到现在,平均每年销量都会保持4倍的增长。

从2017申请商标到现在,平均每年销量都会保持4倍的增长。

即使是去年疫情阶段,我们10天内就卖爆了所有的货。

对于需要加入Transparency透明计划的产品,
我会提前做好工作,防患于未然,省下更多精力去做别的事情。





1人开店不是梦, 销量靠推广!

亚马逊的营销工具, 对销量提升有帮助吗?

有明显的帮助。

2020年亚马逊品牌注册后, 我解锁了一系列的营销工具, 如A+页面, 品牌旗舰店和客户评论等, 销量有了显著的提升。即使是去年疫情阶段, 有段时间我们10天内就卖爆了所有的货。我会对一些不易推销的产品, 针对性地做A+页面, 销量会因此得到明显的提升。另外, 我会给每一款产品都做视频, 让客户可以更直观地了解我的产品。



侵权行为伤元气, 做好保护, 百毒不侵

开店期间, 在销量防护上, 哪些“坑”可以避免?

去年我曾经遭遇过假货跟卖的情况, 但当时已经进行了亚马逊品牌注册, 于是我使用了举报侵权工具向亚马逊提交了申请, 很快就举报成功了。整个操作也很简单高效, 在卖家平台的品牌控制面板就有举报的入口, 也不需要提交复杂的资料。

1人开店, 更感销量保护的重要。“无论是被假货跟卖1小时, 还是1天, 对我而言都是伤害, 而且我需要把有限的精力花在研究产品上, 所以保护我的产品, 我会不遗余力。”



针对性选品, 早保护, 早收益

对于加入Transparency透明计划, 在选品上你是如何考量的呢?

产品销量到达一定程度, 我会选择去加入Transparency透明计划。然而, 对于销量还没有做起来的新品, 我会先观望。毕竟我的资金量有限, 如果对一个产品投入过多, 会对我的资金造成一定的压力, 而且并不确定是否每一个产品都能够成功, 我会先观望销量再做判断。

重点笔记:亚马逊品牌注册及品牌保护注意事项

本章将给到卖家完整的品牌注册及品牌保护工具的Checklist,方便卖家在注册、申请时核查。

品牌注册前注意事项:

总结!在进行亚马逊品牌注册、填写信息时,请务必仔细检查以下事项,有助于提升你的通过率:

- 品牌是否在注册申请国已经拥有R标或待处理商标(Pending Trademark),并且为基于有效的文字或图像的商标;您可以参照当地商标局官网来查询商标的有效性。
- 亚马逊品牌注册提交的品牌名称须同当地商标局注册的 Mark Name 完全一致。
- 亚马逊品牌注册提交的商标编号(Trademark Registration #)必须和当地商标局注册信息完全一致。
- 商标类型是否填写有误。(例如:你的商标是文字类商标,但错误地选择了图案类商标,反之亦然。)
- 确保您上传的商标图像与当地商标局官网记录完全一致。确保商标联系人的信息在所有公共资源中为最新且有效的。
- 请确保你在接收验证码邮件后的30天内回传验证码。
- 提交完毕后,请你持续关注来自 brand-registry-support@amazon.com 的邮件通知。



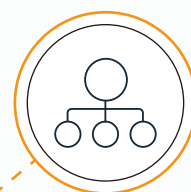
进行亚马逊品牌注册所需的材料:



清晰地显示商品和/或包装上的品牌的图片



显示您在亚马逊上的品牌商品的 ASIN 示例列表



品牌所属的产品类别(例如服装、体育用品、电子产品等)



商标注册号;如使用待受理商标则备好商标申请号



制造和分销品牌商品的 国家/地区

注意:提交品牌注册的申请人,需要为品牌所有人或所有公司。代理机构或经销商等非品牌方本身不具备为该品牌提交品牌注册的资格。

各国品牌注册资质要求:

国家/地区	具体资格要求
 美国	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织: 美国专利和商标局 (USPTO) • 法则: 商标必须签发当前有效注册, 并登记在主注册簿中 • 基于文本的商标: 1 - 已排版的文字/字母/数字 4 - 标准字符商标 • 基于图像的商标: 3 - 包含文字、字母/数字的示意绘图 5 - 风格化的字词、字母或数字
 加拿大	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织: 加拿大知识产权局 (CIPO) • 法则: 商标必须经过注册 • 基于文本的商标: 文字商标 • 基于图像的商标: 设计商标
 墨西哥	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织: 墨西哥工业产权局 Marcas Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI) • 法则: 商标必须经过注册 • 基于文本的商标: Nominativa • 基于图像的商标: Mixta; Nominativa + Innominada o Diseño; Innominada o Diseño
 巴西	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织: Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) • 法则: 商标必须经过注册 • 基于文本的商标: Nominativa • 基于图像的商标: Mista contendo elementos nominativos
 英国	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织: 欧盟知识产权局 (EUIPO); 英国知识产权局 (UKIPO) • 法则: 商标必须经过注册 • 基于文本的商标: 文字商标 • 基于图像的商标: 图形商标 (EUIPO); 包含文字元素的图形商标 (EUIPO); 图形商标 (UKIPO)
 德国	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织: 欧盟知识产权局 (EUIPO); Deutsches Patent und Markenamt (DPMA) • 法则: 商标必须经过注册 • 基于文本的商标: 文字商标 (EUIPO); Wortmarke (DPMA) • 基于图像的商标: 图形商标; 包含文字元素的图形商标 (EUIPO); Wort-Bildmarke (DPMA)
 法国	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织: 欧盟知识产权局 (EUIPO); Institut national de la propriété industrielle (INPI) • 法则: 商标必须经过注册 • 基于文本的商标: 文字商标 (EUIPO); Marque verbale (INPI) • 基于图像的商标: 图形商标; 包含文字元素的图形商标 (EUIPO); Marque figurative (INPI)
 意大利	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织: 欧盟知识产权局 (EUIPO); Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM) • 法则: 商标必须经过注册 • 基于文本的商标: 文字商标 (EUIPO); Marchio verbali (UIBM) • 基于图像的商标: 图形商标; 包含文字元素的图形商标 (EUIPO); Marchio figurativi (UIBM); Marchio figurativi a colori (UIBM)
 西班牙	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织: 欧盟知识产权局 (EUIPO); Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) • 法则: 商标必须经过注册 • 基于文本的商标: 文字商标 (EUIPO); Marca denominative (OEPM) • 基于图像的商标: 图形商标; 包含文字元素的图形商标 (EUIPO); Mixta - Denominativo con gráfico (OEPM)

国家/地区	具体资格要求
 阿拉伯联合酋长国	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织:阿拉伯联合酋长国经济部商标司 • 法则:商标必须签发当前有效注册,并登记在主注册簿中 • 基于文本的商标:文字商标 • 基于图像的商标:设计商标;包含文字元素的设计商标;风格化的文字商标 请注意,我们目前只接受商标中的文本以标准英文字符表示的阿拉伯联合酋长国商标
 日本	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织:日本专利局 • 法则:商标必须经过注册 • 基于文本的商标:文字商标(文字商标) • 基于图像的商标:包含文字元素的图形商标;风格化字符/组合(结合商标)
 印度	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织:印度专利、外观设计和商标局 • 法则:商标必须经过注册 • 基于文本的商标:文字商标 • 基于图像的商标:图案/组合
 土耳其	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织:土耳其专利局 • 法则:商标必须经过注册 • 基于文本的商标:文字商标 • 基于图像的商标:图案/组合
 新加坡	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织:新加坡知识产权局 • 法则:商标必须经过注册 • 基于文本的商标:文字商标 • 基于图像的商标:设计商标
 澳大利亚	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织:澳大利亚知识产权局 • 法则:商标必须经过注册 • 基于文本的商标:文字商标 • 基于图像的商标:图案;文字;装饰图案
 荷兰	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织:BOIP—比荷卢知识产权组织 • 法则:商标必须经过注册 • 基于文本的商标:文字商标 • 基于图像的商标:设计商标
 瑞典	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织:瑞典专利和注册局-PRV • 法则:商标必须经过注册 • 基于文本的商标:文字商标 • 基于图像的商标:图形商标
 沙特阿拉伯王国	<ul style="list-style-type: none"> • 商标组织:沙特知识产权局 • 法则:商标必须经过注册 • 基于文本的商标:文字商标 • 基于图像的商标:设计商标,文字商标

注意:更多亚马逊品牌注册信息请收藏官网链接,如有信息变动会更新到网页上哦!
<https://brandservices.amazon.com/brandregistry/eligibility?lang=zh-CN>

Transparency透明计划申请加入条件：



- 1 通过亚马逊品牌注册从而证明品牌所有者的身份
- 2 商品必须具有全球贸易项目代码 (GTIN), 如商品上的 EAN 或 UPC 条形码等
- 3 确保能够在生产的每件商品上都应用唯一的 Transparency 条码
这可以通过将代码粘贴到每个单位级商品的包装上, 或者直接在商品包装上印刷条码来完成

怎么加入Transparency透明计划？



申请加入: 品牌商申请将商品加入到Transparency透明计划。

生成代码: Transparency透明计划生成并发布唯一的字母数字非连续代码给到品牌商。
Transparency透明计划会记录每一个代码及其对应的品牌和产品。

应用代码: 品牌商将 Transparency 条码应用于所生产的每一个商品上。

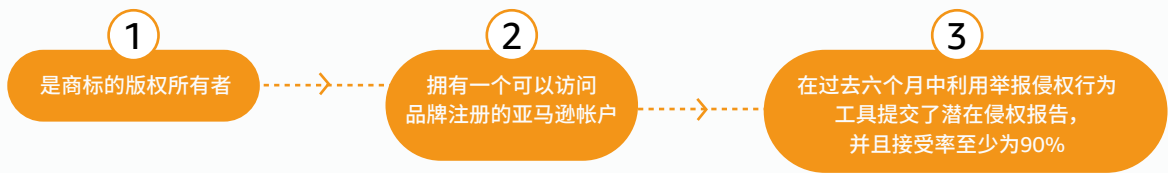
验证代码: 为了确保正品被送到消费者手中, 不管是使用亚马逊物流 (FBA) 配送, 还是卖家自配送商品, 亚马逊都会实施检查。

- 亚马逊物流卖家: 商品入仓时亚马逊会扫描 Transparency 条码, 仅接受正品商品入库。
- 自配送卖家: 亚马逊要求其提供 Transparency透明计划的条码, 经检查确认后才能销售。

鉴别真伪: 消费者可以使用移动设备上的亚马逊购物应用或者 Transparency透明计划应用来鉴别他们所购买的商品的真伪, 无论商品是从什么渠道购买的。

Project Zero加入资格：

- 品牌必须持有有效的政府注册商标, 并且在亚马逊品牌注册中完成了注册;
- 此外, 必须:



Report a Violation注意事项：

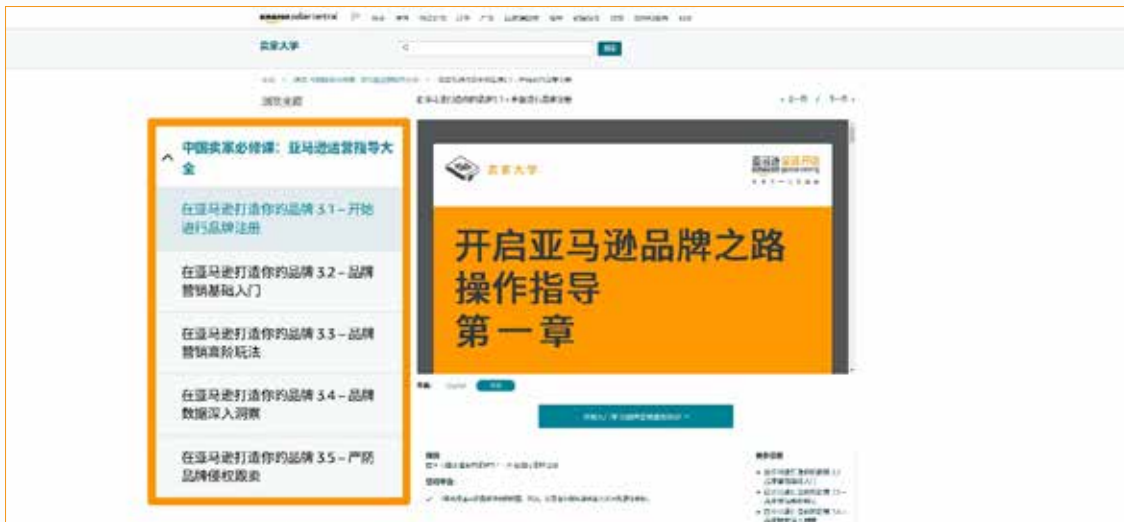


- ! 如果举报[商标侵权], 您必须先确认举报的ASIN产品详情页面是否使用您的商标, 如果详情页面不包含您的商标, 该举报是无效的。
- ! 如果您要举报商标或专利的侵权行为, 则您的注册商标或专利必须在您举报侵权行为的国家/地区完成注册。
- ! 假如举报被拒绝, 您认为需要亚马逊再次审核; 或者最初的举报被接受, 但是后来发现所举报的ASIN恢复了销售, 则可以升级之前的举报, 但请勿重复已有审核结果的举报。
- ! 如果卖家没有证据证明产品是假货, 只是强调“从未授权给跟卖卖家”, 那么这仅是一个渠道管控问题, 不能通过举报违规行为解决。

更多品牌运营学习资源

找课路径:亚马逊卖家平台 > 绩效 > 卖家大学 > 搜索“中国卖家必修课从0到1做品牌”

快速链接:亚马逊卖家大学 [北美站点](#)、[欧洲站点](#)、[日本站点](#)



学习更多亚马逊品牌相关课程：



- 1 想要立刻开始注册品牌?搜索“开始注册品牌”
- 2 想要了解亚马逊品牌打造的具体操作?搜索“营销品牌”
- 3 想要了解为什么要进行亚马逊品牌注册?搜索“品牌基础知识”
- 4 想要了解亚马逊品牌打造的具体操作?搜索“品牌之路”

获取更多品牌相关信息

可以点击链接<https://brandservices.amazon.com/brandregistry>查看亚马逊品牌官网相关信息
或是扫描下方二维码,关注“亚马逊全球开店”微信公众号,及时了解相关资讯。



(亚马逊全球开店)

附录：自测题

1. 多选题

1 关于亚马逊品牌注册，以下说法错误的是？

- A. 在亚马逊品牌注册过程中，须准备好能清晰地显示商品和/或包装上带有品牌的图片
- B. 只有待处理商标 (Pending Trademark)，不可进行亚马逊品牌注册
- C. 如果成功通过亚马逊品牌注册，可享受亚马逊为全方位保护品牌、助力销量而推出的多种便利的工具
- D. 亚马逊品牌注册提交的商标编号 (Trademark Registration) 必须和站点当地商标局注册信息完全一致

答案：B

解答：最新政策！现在，只要拥有待处理商标 (Pending Trademark) 就可以进行亚马逊品牌注册，早享受品牌打造和品牌分析相关工具，助力销量提升。

2 在亚马逊注册品牌，可以享受哪些优势？

- A. 消费者搜索商品时，搜索结果页面上，更多的品牌曝光率
- B. 保护知识产权
- C. 可以开通自己的亚马逊品牌旗舰店
- D. 商品可以获得图片、文字、视频等更加丰富的商品展现形式

答案：A、B、C、D

3 我的举报刚提交就马上收到拒信，为什么？

- A. 您拥有和提交给亚马逊的知识产权不支持您的举报
- B. 您之前的举报正确率太低或者存在违规行为
- C. 没有用英文举报
- D. 您的店铺同时也被别的店铺举报，正在处理中。

答案：A、B

4 我提交的举报没有被接受，该怎么办？

- A. 我认为亚马逊在审核过程中出现错误处理，我要登录亚马逊品牌注册后台，点击“品牌注册客服人员”>“升级之前的举报”。
- B. 重复提交举报
- C. 直接联系我认为的侵权方，私下解决
- D. 咨询律师寻求帮助

答案：A、D

解答：如果您认为亚马逊在审核过程中出现错误处理，可以登陆品牌注册官网查看（卖家提交举报的站点）选择“品牌注册客服人员”，选择“升级之前的举报”（目前该服务不支持中文）。请勿重复提交未接受的举报，建议咨询律师寻求帮助。

品牌注册客服

我们有什么可以帮您的？ [了解更多](#)

<p>查看问题日志</p> <p>举报违反知识产权 (IP) 的行为</p> <p>举报违反市场政策的行为</p> <p>撤销违规行为举报</p> <p>商品页面问题</p> <p>更新您的品牌资料</p> <p>技术问题</p> <p>在以上列表之外的事项?</p> <p style="background-color: #f0f0f0;">升级之前的举报</p>	<p>请从下拉列表中选择一种语言</p> <p>English</p> <p>Use this form if you would like to update roles for user accounts that have access to a brand in Brand Registry. You must be either the first person who registered the brand or have been designated as an Administrator for the brand to submit this request.</p> <p>Select one or more roles you would like to assign to each Brand Registry user account.</p> <p>1. Administrator: an individual who has full permission to assign roles to user accounts.</p> <p>2. Rights Owner: an individual who is the rights owner or an employee of the rights owner who is authorized to report violations.</p> <p>3. Registered Agent: in third party who is authorized by the rights owner to report violations.</p> <p>Please note: Each individual must create a user account and accept terms at http://brandregistry.amazon.com before the Administrator can assign role(s) for that user account.</p> <p>When you add roles to a user account, if there are existing roles previously assigned to that user account and these are not included in the list of roles you would like the user account to have, those roles will be removed for the user account.</p> <p>When you remove roles, all existing roles previously assigned to this user account for this brand will be removed.</p> <p>Contact Reason</p> <p>Update role or add new user to account</p>
--	---

5 使用举报违规行为工具的常见错误有哪些？

- A. 侵权类型选择错误 B. 举报信息不完整 C. 重复提交未接受举报
D. 使用举报违规行为工具进行渠道管控 E. 举报非知识产权违规行为

答案: 全选

6 谁是Transparency透明计划的受益群体？

- A. 入驻亚马逊的品牌商 B. 亚马逊的消费者
C. 使用亚马逊物流FBA发货的品牌商 D. 使用亚马逊自发货的品牌商

答案:A、B、C、D

解答: Transparency透明计划是亚马逊为品牌商和消费者提供的一项商品追踪和真伪验证服务, 它会对每一件商品进行追踪, 防止假货商品在亚马逊上销售。无论品牌商使用亚马逊物流FBA还是自配送发货, 都可以加入Transparency透明计划并得到保护。

7 我的listing页面只能用纯文字来描述产品, 无法图文并茂地描述我的产品细节和特色, 也无法展现使用场景。请选择出可能的原因。

- A. 没有加入Transparency透明计划 B. 没有进行亚马逊品牌注册 C. 亚马逊不提供这个功能
D. 我不是品牌商, 因为我目前只有待处理商标 (Pending Trademark), 但还没有拿到R标

答案: B

解答: 进行亚马逊品牌注册后, 就可以享受亚马逊的品牌营销工具, 比如品牌旗舰店, A+页面, 视频广告, 品牌推广等。现在只要持有待处理商标 (Pending Trademark), 就可申请亚马逊品牌注册。

2. 判断题



1 如果没有销售目的国商标 (如: 在亚马逊美国站销售, 但没有美国商标), 但国内有注册商标, 可以先在亚马逊上销售, 以后再去申请商标。

答案: 正确, 但可能存在风险。

如果没有销售目的国商标, 但国内有注册商标, 原则上可以先在亚马逊上销售, 以后再去申请商标。但是可能会有风险: 1) 在正常销售过程中可能会出现被别人抢注您的商标, 反过来告您侵权的情况
2) 国内注册的商标无法用来进行亚马逊品牌注册
3) 没有亚马逊品牌注册, 无法享受亚马逊提供的品牌打造、品牌保护等工具。



2 如果他人使用某种特定标志或使用易与您的品牌混淆的近似标志, 导致买家对所售商品的真正商标所有者产生混淆, 此时您作为商标所有者, 可以阻止他人使用该标志。

答案: 正确。

一般来说, 商标法旨在防止买家对商品或服务的来源产生混淆。如果他人使用某种特定标志、或使用易与您的品牌混淆的近似标志, 可能导致买家对所售商品的真正商标所有者产生混淆, 此时您作为商标所有者, 可以阻止他人使用该标志。

3 某商品在单独的商品详情页面上销售,与您的品牌商品外观、功能相似,但未使用您的品牌商标(名字或图像)、图片,该商品不属假冒商品。

答案:正确。

假冒是商标侵权的一种特定类型。假冒是指全部或部分非法仿制注册商标,或使用与注册商标极其类似的标志,以销售非商标持有者的商品。认定假冒行为的一个必要条件在于,侵权者需要在商品或包装上使用注册商标。如果商品在单独的商品详情页面上销售,且未以不当方式使用注册商标,那么与注册商标商品形似或完全相同的商品便不属假冒商品。

需要详细了解更多亚马逊的防伪政策,请点击链接:<https://sellercentral.amazon.com/gp/help/G201165970>

4 举报未涉嫌侵犯知识产权的跟卖或者竞争对手ASIN,可能会被移除亚马逊品牌注册。

答案:正确。

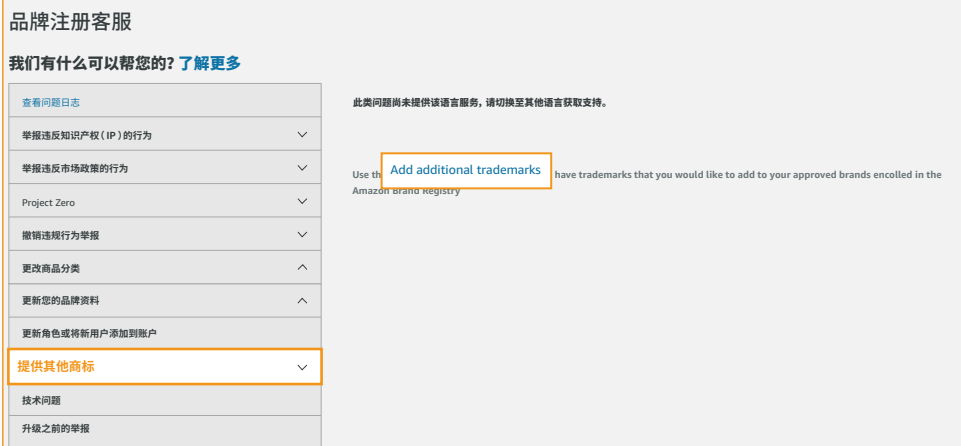
举报违规工具仅支持潜在侵权的举报,如果跟卖的产品不存在侵权您的知识产权,该举报不被接受。举报未涉嫌侵犯知识产权的跟卖或者竞争对手ASIN属于违规行为,有被禁止使用举报侵权工具或者被移除品牌注册的风险。是否授权或者制造商/品牌商为其商品订立独家经销协议是制造商和经销商之间的事情,亚马逊尊重授权以及经销的协议,但是亚马逊不为此类执行活动提供协助。

5 我拥有美国商标,在亚马逊完成了品牌注册,并同时运营亚马逊美国站和日本站。虽然我没有日本商标,但我可以使用举报侵权工具举报日本ASIN。

答案:错误。

卖家必须拥有有效的当地商标。也就是说,卖家必须拥有日本的商标,用举报侵权工具举报日本ASIN的侵权举报才能被受理。如果您有多国的商标,请在

<https://brandregistry.amazon.com> > 进入 Brand Registry Support > 更新您的品牌资料 > 提供其他商标上传。



6 未经版权所有者许可,我不能将网图上传到商品详情页面。

答案:正确。

您通常不拥有您在他人网站上找到的照片的版权,未经版权所有者许可,您不得将此类照片上传到商品详情页面。您通常拥有您为商品拍摄的照片的版权。

7 我在亚马逊转售合法购买的正品实物(如书籍或 CD),无需获得版权所有者许可。

答案:正确。

如果您已获得版权所有者的许可,或者您的使用行为受到“首次销售”原则保护,就能够在亚马逊上上传或销售其他人的版权作品。首次销售原则通常允许转售合法购买的正品实物(如书籍或 CD),无需获得版权所有者许可。

8 不是商标所有者,一定不能销售其他公司的商品。

答案:错误。

不是商标所有者并不意味着您不能销售其他公司的商品。通常来讲,如果您在创建详情页面时未经授权使用商标,且仅当这一行为可能导致商品的来源、认可或归属发生混淆时,才会构成侵权。

9 在美国站完成了亚马逊品牌注册的品牌,在美国站加入Transparency透明计划后,在欧洲和加拿大站点也能参加Transparency透明计划。

答案:正确。

只要完成一次加入,即可把在多站点销售的商品加入Transparency透明计划。

10 加入Transparency透明计划后,店铺内所有产品都要贴上代码。

答案:错误。

您可选择有需要的ASIN加入,不要求店铺所有产品加入;Transparency代码的起订量也没有最低要求。

11 首次加入Transparency透明计划后,我可以随时加入新的ASIN。

答案:正确。

首次加入Transparency透明计划后,我可以随时加入新的ASIN。流程需要根据商品状态来确定。状态不同,开启保护时间有差别。比如在售商品平均40-60天,而全新商品则是在30天之内。

12 我的品牌加入Transparency透明计划之后,我应该向我的授权卖家提供相应的Transparency标签,该授权商才可以销售。

答案:正确。

品牌加入Transparency透明计划之后,可以照常授权您的品牌给授权商,对于加入Transparency的产品,需要您提供给授权商相应的Transparency标签,该授权商才可以销售。

13 Transparency透明计划只能保护FBA发货的商品,不能保护自发货商品。

答案:错误。

FBA仓库会检查每件产品是否正确贴好Transparency的标签。但即使是自发货的产品,亚马逊也同样要求卖家提供Transparency代码进行检查,不管是哪种物流方式,都可以帮助确保消费者收到的是正品。