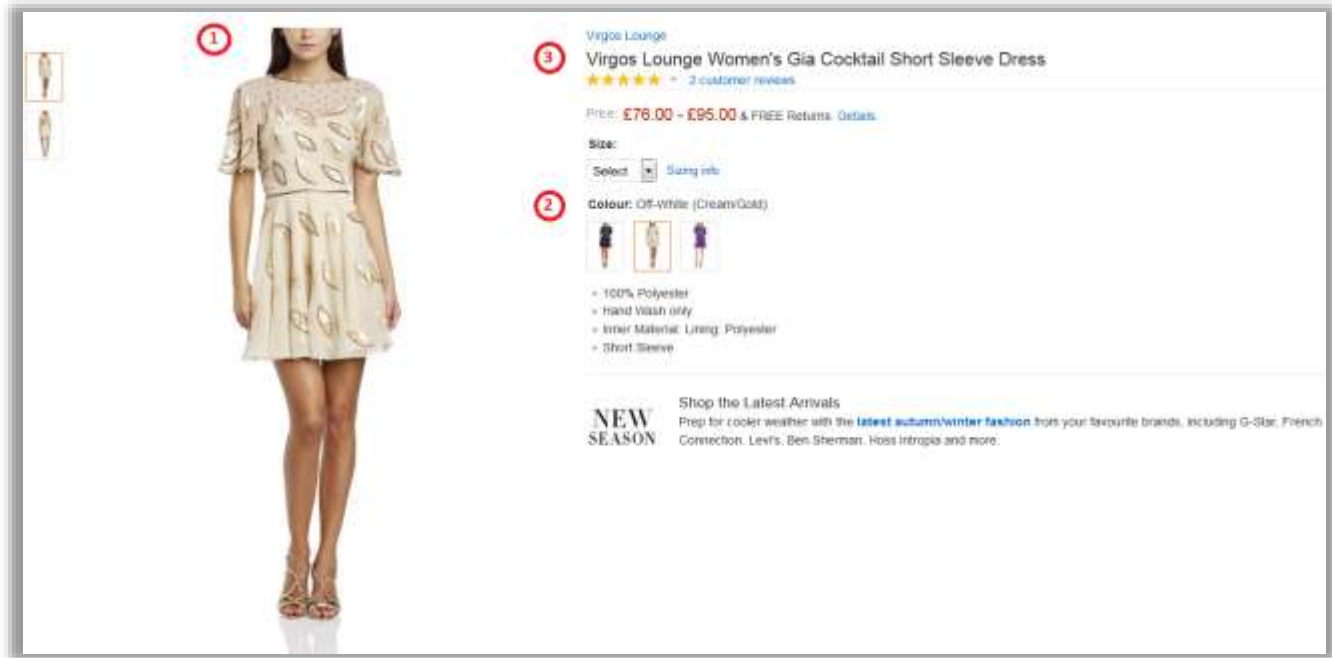


能否在亚马逊上获得成功，也依赖于您的商品页面的质量。格式一致、准确而详细的商品信息将提高您页面的浏览量，并能积极地影响消费者做出购买决定。请注意，不遵守亚马逊要求可能会导致您的商品被隐藏（禁止显示），无法被消费者搜索和浏览，并且您在该类目下的卖家权限也会被撤销。更多信息，请参阅风格指南中的相应部分。



上面的连衣裙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 1,600 像素以上（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。图片的纵横比应接近 3:4（宽高比），商品必须占据 85% 以上的图片区域，并且图片应展示商品的真实图片（而非草图），不能有任何文字或数码绘制图形。每种颜色变体都需要提供一张图片，对于大多数服装类商品，商品应穿在模特身上进行展示（饰品，透视装，以及儿童服装除外）。图片需要为 .jpg、.png、.tif 或 .gif 格式。**更多信息，请参阅第 3-4 页以及参阅风格指南。**
- 2. 变体：**同一款式商品的所有变体必须创建在同一父商品商品页面下。在上面的示例中，该商品有一个尺码下拉菜单和三种颜色。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均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结果排名顶部的因素之一）。**更多信息，请参阅服装风格指南第 4 页。**
- 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：

父 ASIN: [Brand_name] + [Department_name] + [Style_name] + [Product_name] + [Model_name] + [Opacity*] + “Pack of” + [number of items]
即: [品牌] + [商品部门] + [款式] + [商品名] + [型号名称] + [丝袜厚度*] + “Pack of” + [商品数量（阿拉伯数字）]

子 ASIN: [Brand_name] + [Department_name] + [Style_name] + [Product_name] + [Model_name] + [Opacity*] + “Pack of” + [number of items] + [Color_name] + [Size_name]
即: [品牌] + [商品部门] + [款式] + [商品名] + [型号名称] + [丝袜厚度*] + “Pack of” + [商品数量（阿拉伯数字）] + [颜色] + [尺寸]

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。合规父标题“oodji Women Boyfriend Jeans Distressed”，合规子标题为“oodji Women Boyfriend Jeans Distressed Blue 25W / 32L”。**更多信息，请参阅服装风格指南第 8 页。**

本指南旨在帮助您轻松创建商品目录并最大限度地提高销量。

能否在亚马逊上获得成功，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。

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服装类商品被移除，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.....	3
第二章 EAN.....	4
第三章 变体.....	4
第四章 尺码.....	6
其他尺码相关属性.....	6
建议——如何减少因尺码问题而导致的退货.....	6
第五章 颜色.....	7
第六章 标题.....	7
第七章 提高曝光率.....	9
7.1 分类节点.....	9
7.2 搜索筛选选项.....	9
7.3 服装商品的其他重要属性.....	10
7.4 品牌.....	10
7.5 商品描述.....	11
7.6 搜索关键词.....	11

第一章 图片

在网上店铺中，商品图片是您最有价值的营销工具之一。商品页面如果图片质量低或数量少，会导致客户转化率低，久而久之，这类商品的搜索排名也会越来越低。



请查看[这个视频](#)获取 12 条实用技巧用来优化您的图片，并参阅[风格指南](#)以了解不同服装商品品类的要求。

重要须知：不遵守所有[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。

✓ 应做	主图要求：	<ul style="list-style-type: none">每件父ASIN和子ASIN（颜色/尺码变体）商品都必须有一张主图。必须是纯白背景（Hex #FFFFFF 或 RGB 255-255-255）。必须穿在模特身上拍摄（饰品，透视装，以及儿童服装除外）展示商品的正面（建议不包含多余的饰品）。主图的纵横比接近 3:4（宽高比），商品最长边必须占据图片 85% 以上的区域。每件父ASIN和子ASIN（颜色/尺码变体）商品都必须有一张主图。
	主图和其他图片：	<ul style="list-style-type: none">图片必须为高清专业图片，单边应至少为 1600 像素，以便激活图片放大功能。图片中商品颜色必须与所售商品的颜色一致。当商品是透视装并且穿在模特身上拍摄时，模特的生殖器官，胸部，以及臀部的任意一边都必须有所遮挡。因此，模特必须要穿打底衣物遮挡私密部位。
✗ 不应做	主图要求：	<ul style="list-style-type: none">商品没有主图，或使用占位符（如“无可用的图片”），都被禁止。非纯白背景图。必须是真实照片，不能是草图或其他制图。不能有任何边框、商标、水印、文字、色块、插入图片，或其他绘制图形。不能展示多个角度或多种配色/尺码，除非作为整套出售（整套出售情况下，标题中必须提及）。不能出现可见的模型模特，衣架或支架；商品不能折叠。不能是自拍照，也不能是黑白照片或者模特为躺姿跪姿。主图不能展示任何商品包装、证书、吊牌或说明书。不能使用过于夸张的饰品（例如大耳环，包包或者太阳眼镜）。

主图和其他图片：	<ul style="list-style-type: none"> • 禁止展示模糊、色素差锯、有齿状边缘的图片。 • 童装商品禁止穿在儿童模特身上进行展示。 • 禁止低于1600像素的图片。 • 禁止展示任何私密部位（包括模特用手遮挡的私密部位、使用透明薄织物或插入图形进行遮挡的部位；明显的具有挑逗性的轮廓；被修饰的裸露的皮肤等 也被禁止） • 模特不能有任何挑逗性的姿势或脸部表情（双腿不能分开过大，眼睛必须睁开，上下唇轻颌，双臂需垂于身体两侧等） • 图片禁止包含任何攻击性或具有争议性的内容（如鼓励仇恨、偏见、暴力、儿童剥削、人性悲剧等信息）
----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

请参[服装风格指南](#)，查看合规图片示例。

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。

亚马逊希望每位卖家的商品都有 EAN，该编码应由制造商提供。

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。

如果您是没有 EAN 的商品品牌所有者（包括定制和手工商品制造商、自有品牌所有者或品牌白标商品生产商），您可以申请“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（Global Catalog Identifier, GCID），这是亚马逊创建的 # 位唯一商品编码，全球所有亚马逊商城均可识别。

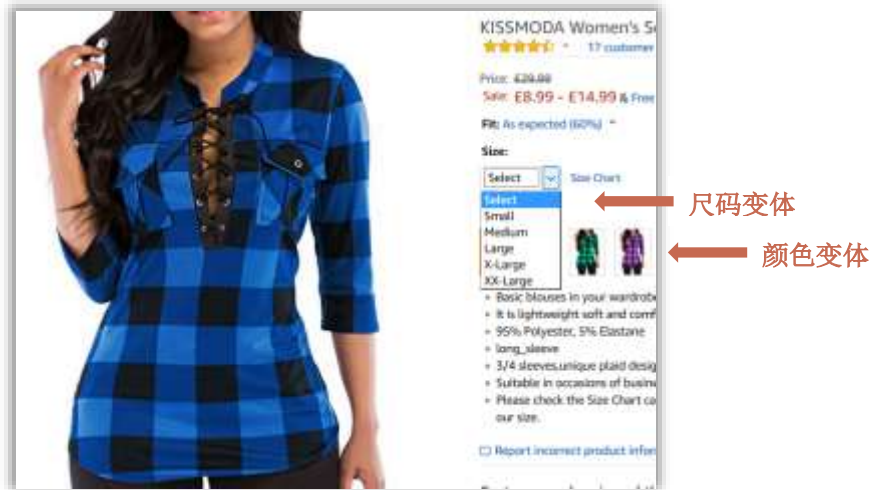
如果您的商品不符合申请“亚马逊品牌注册”的条件，它们可能仍有资格享受 EAN 豁免。更多信息，请登录卖家后台，然后搜索关键词“品牌注册”。

对于已经在 Amazon.co.uk 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”商品则包含颜色/尺寸的所有不同组合。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，父商品是七分袖女装上衣，变体是这件上衣包含的所有尺码和颜色（6 种颜色和 4 种尺码）。我们已使用变体关系在同一商品页面上创建了所有尺寸/颜色商品。请务必将同一父商品的所有变体关联在一起，这样做的原因有两个：

- 消费者无需切换页面即可轻松看到所有可选尺码和颜色。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>✓ 必要事项</p>	父 ASIN	<ul style="list-style-type: none"> - 父商品是个不可售占位符 - 只包含通用信息（适用于所有变体） - 绝对不能有 EAN，价格，尺码或颜色信息 - 在库存模板中，“parent-child”列必须填“Parent” - 在库存模板中，“parent sku”列，值为空 - 在库存模板中，“relationship type”列，值为空 - 在库存模板中，“variation theme”列，必须为“Size”“Color”或“SizeColor”中的任何一个值 - 必须遵守父商品标题要求，创建一个父标题
	子 ASIN	<ul style="list-style-type: none"> - 子商品是实际销售的商品，彼此之间存在颜色和/或者尺码的差异 - 如果您的商品存在不同颜色和/或者尺码选项，您必须创建变体（子 SKU），即便您只销售一种颜色或一种尺码 - 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“Size”变体，您的商品必须要有一个对应的尺码；创建“Color”和“SizeColor”变体亦同理 - 在库存模板中，“parent-child”列，必须填“Child” - 在库存模板中，“parent sku”列，必须有对应的父 ASIN SKU - 在库存模板中，“relationship type”列，必须填“Variation” - 在库存模板中，“variation theme”列，必须为“Size”“Color”或“SizeColor”中的任何一个值 - 必须遵守子商品标题要求，创建一个子标题

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。

第四章 尺码

合规的尺码有助于消费者发现您的产品，简化购买决定，并且减少因为尺寸不合而导致的客户退货。

我们相信消费者都应该通过他们了解的尺寸进行购物。模糊的尺寸会使下拉尺寸变得混乱，从而导致产品重复。另外，与尺寸有缺陷的产品相比，有清晰尺寸的产品能通过尺寸和版型被搜索到，并且有更好的销售转化率。亚马逊致力于针对商品详情的各个方面，提供详细的指南以帮助您数据质量标准达标。因此，亚马逊将尺寸标准化以促进一个更一致的客户体验。

亚马逊将会提供一系列值，指导卖家为每个属性选择标准化的尺码。例如，一个属性可能需要选定该服装尺寸是给成人或者儿童（在年龄范围描述的属性里）。根据所选择的选项，后续的属性将会合并成一个含有合适值的限定清单。[更多关于这个操作规则的信息，请参阅服装商品发布体验。](#)

重要须知：不满足以下尺码要求会导致您的商品详情页从搜索浏览中被隐藏（“[禁止显示](#)”）。

其他尺码相关属性

为了提高您产品的曝光度，请确保在所有尺码相关的属性字段中提供有效值，因为这些属性信息也会被用在尺码细分筛选选项中：

产品类型	其他尺码相关属性
所有的服装产品	size_map
内衣(Bra)	cup_size, band_size_num, band_size_num_unit_of_measure
裤子(Pants)	inseam_length, waist_size, inseam_length_unit_of_measure, waist_size_unit_of_measure, waist_style
衬衫(Shirts)	fit_type, neck_size, neck_size_unit_of_measure
连衣裙(Dresses), 裙子(Skirts)和 外套(Outerwear)	item_length_description
腰带(Belts)	belt_length_derived, belt_length_unit_of_measure
所有的服装产品(如适用)	special_size_type

所有上述提及的属性，您必须使用下拉菜单中的有效值（如有）。

建议——如何减少因尺码问题而导致的退货

如果您的服装产品 *size_name* 属性已经是正确的格式，但是消费者依然因为产品不合身而经常退货，我们建议您参考以下几点，确保商品详情页上的尺码信息尽可能的准确并且对消费者清晰可见：

1. 利用每个子ASIN最后一张附图，展示针对于您品牌和产品类型的尺码表
 - a. 包含标签尺码
 - b. 包含净体尺寸

- c. 提及图片中模特净体尺寸，以及他们穿的尺码
 - d. 包含其他地区的尺码（如有）
 - e. 提及产品是否偏小或偏大
 - f. 图片上的信息必须适用于全球（因为亚马逊的图片全球所有站点均共享，并非特定于某个站点）。
2. 使用**要点描述**，和/或**产品描述**来提供**重要的尺码信息**：
制造商标签尺码，模特净体尺寸，以及图片中的模特穿多少码，尺码表。
3. 如果您是**品牌注册**的卖家，请为您销售的所有类目提供特定品牌尺码表（请联系卖家支持）。
- 更多关于如何减少产品退货的最佳实践操作的详细信息和示例，请查看这份[文档](#)。

第五章 颜色

产品颜色是客户做出购买决策的关键信息之一，也是客户判断您作为卖家的质量和专业性的方式之一。

为了保持颜色简洁和翔实，请确保您遵循以下 color_name 属性准则：

<p>✓ 应做：</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 更具品牌提供的颜色 ✓ 保持色彩清洁和翔实 ✓ 大写每个单词的第一个字母 ✓ 使用 1-3 个单词来描述颜色（我们最多允许 50 个字符） 	<p>例子：</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 蓝色花卉印花 ✓ 黄金 ✓ 婴儿粉红 ✓ 银 ✓ 橄榄绿 ✓ 海军白红 ✓ 金 ✓ 玫瑰金
<p>✗ 不应做：</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 不要添加有关产品的其他信息 ✗ 不使用缩写 ✗ 不要使用同义词和重复 ✗ 不要使用所有大写字母 ✗ 不要使用太短的颜色名称 ✗ 请勿使用太长的颜色名称 ✗ 请勿使用括号、感叹号、斜杠等额外字符 	<p>例子：</p> <ul style="list-style-type: none"> ✗ 军蓝（缩写） ✗ 黑夜黑（大写） ✗ 真正的奇诺 14w 电源线 Wt 0834 拉伸 ✗ 蓝（蓝石与布菲斯使用，花卉刺绣 928）

第六章 标题

好的商品标题增强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。

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某一位卖家的信息，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要求可能导致您的“服装”类商品被移除，您的服装类商品销售权限被撤销。

创建标题的规则

<p>✓ 必要事项</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 使用下面的公式： <ul style="list-style-type: none"> • 父 ASIN 标题： [Brand_name] + [Department_name] + [Style_name] + [Product_name] + [Model_name] + [Opacity*] + “Pack of” + [number of items]
----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • 子 ASIN 标题: $[Brand_name] + [Department_name] + [Style_Name] + [Product_Name] + [Model_Name] + [Opacity*] + \text{“Pack of”} + [number\ of\ items] + [Color_Name] + [Size_Name]$ - $[Brand_name]$ - 商品品牌或制造商名。是字母数字字符串；最少一个字符，最多 50 个字符。请不要使用“unknown”，也不要添加“Ltd.”。 - $[Department_name]$ - 商品所在的部门/性别。查看每个商品分类的库存文件中的有效值清单（例如“Men”）。 - $[Style_name]$ - 最适合商品的款式名称。查看每个商品分类的库存文件中的有效值清单（例如“Asymmetric”）。 - $[Product_name]$ - 一到两个词来描述商品但不能包含品牌名、性别、款式或颜色。这一项应该用来解答“这是什么商品？”（例如“Sneaker”）。 - $[Model_Name]$ - 型号名称是制造商定义的。这里可以用作产品进一步的描述（一到两个词，重点突出您商品最重要的特色，例如“Samba”）。这里是自由文本，最多 50 个字符。请不要添加数字因为这并不能为消费者带来任何价值。 - $[Opacity*]$ - 丝袜厚度。此项仅为丝袜商品填写。看每个商品分类的库存文件中的有效值清单（例如“100 DEN”）。 - $[number\ of\ items]$ - 大如果您捆绑销售多件商品，请填写此项。否则跳过不写。 - 上面公式中，每个参数只能使用一个术语表达 - 父 ASIN 标题最多 60 个字符，子 ASIN 标题最多 150 个字符 - 每个单词首字母需大写（请查看下面列举的特例） - 使用阿拉伯数字（比如要写“2”，而非“two”） - 标题只能包含所售商品的信息 - 仅包含英语文本
<p>✘ 禁止事项</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 禁止添加上面公式要求之外的参数 - 禁止超过 150 个字符 - 禁止全部大写单词 - 禁止使用有攻击性词语 - 禁止使用有重复性词语 - 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 - 禁止使用额外的搜索关键词 - 禁止包含价格 - 禁止包含数量，除非是捆绑销售 - 父商品标题中禁止包含颜色和尺码信息 - 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） - 禁止使用特殊符号（例如!, *, £, ?, %, 引号, 省略号…等） - 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。 - 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。

合规父 ASIN示例: oodji Women Boyfriend Jeans **Distressed**

合规子 ASIN 示例: oodji Women Boyfriend Jeans **Distressed Blue 25W / 32L**

第七章 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。

除了商品图片，变体和标题外，能否在亚马逊上获得成功还取决于您在商品详情页面上提供的信息的质量。对于服装商品尤为如此，因为消费者经常按尺寸、颜色或季节筛选来缩小搜索结果。您可以在服装类商品的库存文件中找到必要属性的详细信息。

7.1 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。它相当于超市里的不同部门。

每个部门都有一个节点编号，您可在[分类树指南](#)中找到这些节点。如果您没有给商品分配节点编号，那么消费者将无法在网站上找到您的商品。


<p>✓ 必要事项</p>	<ul style="list-style-type: none">- 请务必使用最新版本的分类树指南- 每件商品只能使用一个节点：确定性别和最相关的子分类。在库存模板中，“recommended_browse_nodes”列填分类节点编号。- 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。
----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

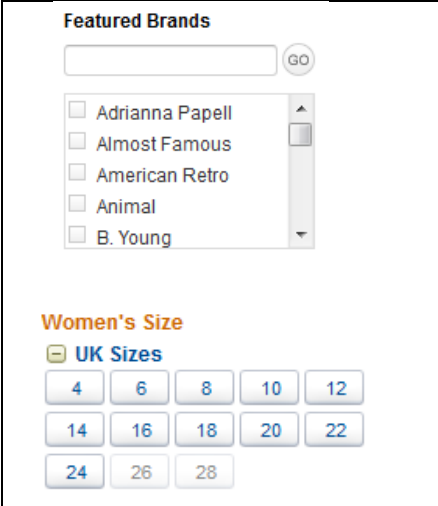
Department
< Clothing
Women
Accessories (56,833)
Blouses & Shirts (19,290)
Dresses (50,841)
Dungarees (177)
Hoodies (3,165)
Jeans (10,181)
Jumpsuits & Playsuits (1,544)
Knitwear (12,128)
Leggings (5,127)
Lingerie & Underwear (24,270)
Maternity (4,446)
Nightwear (6,465)
Outerwear (15,168)

7.2 搜索筛选选项

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应字段。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。

主要的筛选选项

 <p>The screenshot shows two filter sections. The 'Collection' section has two options: 'Autumn/Winter 2014' with 11,732 items and 'Spring/Summer 2014' with 16,889 items. The 'Colour' section shows a grid of 15 color swatches in various shades including black, grey, white, brown, olive, red, pink, orange, yellow, light green, teal, blue, purple, and tan.</p>	<p>系列</p> <p>由于服装和配饰通常为季节性商品，您需要输入“季节”，因为许多消费者使用此筛选条件来缩小搜索结果。</p> <p>颜色细化分类“color map”</p> <p>基于不同点型号和品牌，颜色名称可能会相差很大。特定商品/品牌的蓝色可以被重命名为浅蓝色或深蓝色。为了方便特定搜索，您必须在“color map”字段中填写有效值。（“Color_name”是自由字段，在商品页面上颜色下拉菜单中列出您的具体颜色名称 - 更多信息，请参阅第三章变体部分。）</p> <p>重要须知：颜色值（颜色名称、颜色规格）缺失的商品将被禁止显示。</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

 <p>The screenshot shows the 'Featured Brands' section with a search bar and a list of brands including Adrianna Papell, Almost Famous, American Retro, Animal, and B. Young. Below it is the 'Women's Size' section with a dropdown for 'UK Sizes' and a grid of size buttons ranging from 4 to 28.</p>	<p>品牌名称： 请查看 6.4 品牌这一章节</p> <p>主要材质 消费者可以按主要材质筛选商品。因此，请务必正确填写此字段（外部材质类型 outer_material_type）。</p> <p>重要须知： 请遵守各国有关“材质成分”的纺织品贴标法规，例如《消费品法案》和《华盛顿濒危物种保护协议》(CITES)。</p> <p>尺码： 请查看第四章尺码这一章节</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7.3 服装商品的其他重要属性

我们建议您提供尽可能多的信息，并定期查看[卖家后台最新版本的库存文件模板](#)，因为上述细化分类和有效值会定期变更。一些属性会在主图旁边的商品要点中显示，另一些属性则会用于国际同步化。您可以下载该文件，使用新的有效值更新目录，尤其是对于以下属性：

- 护理说明 (care_instructions)
- 闭合方式 (closure_type)
- 衣领款式 (collar_style)
- 部门名称 (department_name)
- 合身度 (fit_type)
- 外部材质类型、内部材质类型、材质成分 (outer_material_type, inner_material_type, material_composition)
- 内缝长度、腰围尺码和面料洗涤方式（牛仔裤）(inseam_length, waist_size, fabric_wash)
- 商品长度描述（连衣裙，裙子，外套）(item_length_description)
- 生活方式 (lifestyle)
- 型号名称 (model_name)
- 颈部款式 (neck_style)
- 图案类型 (pattern_type)
- 衣袖类型 (sleeve_type)
- 款式名称 (style_name)
- 上装款式和下装款式（泳装）(top_style and bottom_style)
- 腰身款式 (waist_style)

7.4 品牌

此字段对使用亚马逊搜索栏或外部搜索引擎进行搜索的消费者很有帮助。因此，请务必使用品牌的官方拼写。品牌名必须是数字字母，最少 1 个字符，最多 50 字符。如果您的商品没有品牌，您可以在此字段中填写供应商的名称或将商品标记为“generic”。

标签被剪去的商品不得以原始品牌名称销售。无论是在商品标题、要点描述 (Bullet Points)、搜索关键词还是商品描述中，均不得提及这些商品的原始品牌名称。此外，商品描述必须说明标签已被移除或者缺失。

重要须知： 如果品牌缺失，商品可能会被抑制显示。

7.5 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。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。

✓ 必要事项	<ul style="list-style-type: none">- 使用此字段充分描述商品，将其与其他类似商品区别开来。- 使用品牌、材质、剪裁和型号，来描述商品的独特特征。- 根据制造商提供的官方信息，用简单的语言表达。- 使用正确的语法和完整的句子，而不是列表。- 说明商品的准确尺寸，护理方式。- 简洁但要包含关键信息。
✗ 禁止事项	<ul style="list-style-type: none">- 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。- 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。- 请勿在此字段中包含商品价格或配送详情。

7.6 搜索关键词

有时，商品标题和现有搜索筛选选项不足以全面描述您的商品。在这种情况下，您可以使用搜索关键词提供其他信息。搜索关键词可以让您的商品在自然搜索结果中显示。使用流行趋势、剪裁、材质或其他详情有助于提高商品的曝光率。标题已被列为搜索关键词，因此无需重复该信息。请注意，禁止在标题中使用搜索关键词。

✓ 必要事项	<ul style="list-style-type: none">- 使用所有可用字段。- 使用逗号分隔各个字词。- 使用商品标题中没有提到的字词。- 使用材质、图样、印花（例如 strips、dots）。- 使用商品的细节或配饰（例如 rhinestone、fringe）。- 使用流行趋势词（例如 50s、rock 摇、safari、disco）。- 使用特殊场合（例如 wedding、Halloween）。- 同义词
✗ 禁止事项	<ul style="list-style-type: none">- 禁止重复标题中的信息- 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- 禁止使用主观形容词（例如 nice 、available ）- 禁止使用通用词（例如 jumper 、shirt ）- 禁止提及供应商名字- 禁止使用错误的属性（例如错误的材质、其他品牌），这会导致您的账户被暂停。