

打造您的品牌： 全球开店（美国）

章节一览

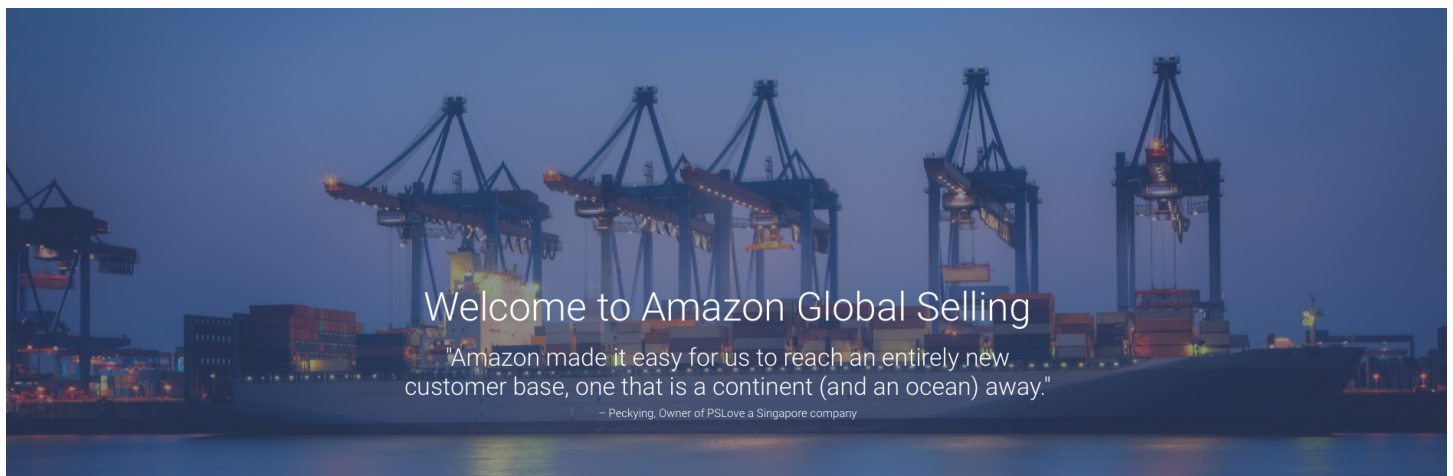
从其他国家/地区在新的亚马逊商城中销售您的品牌商品可能会非常困难，但向数百万新买家销售您的商品带来的回报却完全值得您付出这种努力。在本章中，我们将阐明并简化从其他国家/地区在美国商城中开店的流程。

全球开店

亚马逊提供的各种工具有助于极大地减少国际销售产生的复杂问题、费用和工作量。

本章介绍了在美国商城开店的关键注意事项和最佳实践，其中包括：

- 如何选择品牌名称
- 翻译和本地化
- 图片指南
- 尺寸注意事项
- 商标注册和知识产权
- 商品合规性
- 付款
- 国际配送和物流¹



¹ 国际配送和物流在单独的章节中介绍

“如果您有创业精神、良好的品牌、优质的商品，您完全可以依赖亚马逊进行国际销售。”

1 Hot Chocolate Designs 公司，2015 年 2 月，鞋靴



选择能让当地买家产生共鸣的品牌名称

无论您是从零开始创建品牌，还是将现有品牌名称翻译为新的语言，请务必选择能够给买家带来良好第一印象的品牌名称。这是一个经常会被忽略的重要环节。您选择的品牌名称将会决定买家对您的品牌的定位。以下是对品牌命名的一些提示：

从买家角度考虑：

为品牌命名时，需要考虑您希望您的品牌向买家传达什么信息。品牌名称在当地语言中有什么含义？品牌名称能否激发您希望买家对品牌产生的情感？品牌名称是否与美国消费者相关？是否有意义？无论是选择新名称还是翻译已有名称，以上都是需要注意的关键问题。

在包装、标签和吊牌上标明品牌名称：

买家与品牌名称的每次接触都是一次营销机会。频繁展示您的品牌有助于提高品牌知名度，并让您的商品从普通商品中脱颖而出。

避免字面翻译：

在新商城开店时，许多品牌选择采用品牌名称的字面翻译。但是字面翻译通常毫无意义，甚至可能会冒犯买家。请务必检查您的品牌名称在新语言中的含义。

工具和资源

如果您想不出合适的品牌名称，可以请当地品牌咨询机构来设计品牌名称和其他品牌内容。只需上网搜索就可以找到专业的品牌创建与开发机构。

商标和知识产权 (IP)

商标是用于标识商品来源的文字、符号、颜色、声音或这些元素的任意组合。商标可用于区分您的品牌，也是可以帮助买家识别您的品牌的一种宝贵工具。作为品牌所有者，您可以考虑在美国注册您的品牌或商标。在美国注册并非强制要求，但可以带来几项优势：

- 有权使用注册商标符号：®
- 保护您的品牌，防止他人注册相同或极为相似的商标
- 可以作为申请国际商标的基础

要了解更多信息，请访问：www.uspto.gov

提示：

作为亚马逊上的品牌所有者，您有责任确保您销售的商品不侵犯他人的知识产权。亚马逊对知识产权侵权行为奉行零容忍政策，发布禁售的知识产权商品可能会导致您的商品被移除，或者您的销售权限被暂停或撤销。卖家有责任确保其提供的商品合法，且自身已获得相关的销售或转售授权，然后才能在亚马逊上发布这些商品。

我们建议您熟悉[亚马逊知识产权侵犯政策和禁售商品示例](#)。

美国的分类和商品要求

获得买家信任是我们的首要任务，因此当您销售特定商品以及属于特定分类的商品时，我们会收取额外费用、进行绩效检查和其他资格审核。您可能需要先获得批准，然后才能发布商品，具体取决于您销售的商品。要了解哪些商品分类需要获得批准和收取额外费用，请参阅：[需要批准的分类和商品](#)

此外，还有某些严禁在亚马逊美国商城销售的商品。当您在亚马逊上销售商品时，您有责任了解并完全遵守所有美国法规和政策。请查看[亚马逊受限商品列表](#)。

工具和资源

[美国消费品安全委员会](#)

“在亚马逊开店能带来出色的机会，让卖家打开海外市场。亚马逊的各种工具可以帮助卖家轻松入门。如果您是销售优质商品的卖家，我强烈建议您加入亚马逊全球开店计划。亚马逊全球开店让我们公司成功地从制造商蜕变为品牌商。与此同时，我们在亚马逊上的销量剧增。”

1 Bluedio 公司，2016 年 8 月，电视/音响



翻译和本地化

开始在美国商城开店之前，您可能需要将商品信息翻译为当地语言。如果您使用了买家不熟悉的术语或词汇，那么您的商品可能不会显示在搜索结果中。为了帮助买家发现您的商品并为其提供正确的信息以便购买，请务必确保高质量的翻译。

本地化是指根据当地文化习俗对术语、货币和单位进行调整并遵守法律要求和法规的过程。例如，即使您来自以英语为母语的国家/地区，也可能存在某些需要在美国商城开店前通过本地化来消除的区域性差异。同为裤子，美国买家会搜索“pants”，而英国买家则会搜索“trousers”。

提示：

- 雇佣专业翻译机构：

我们不建议您使用在线翻译，因为其质量通常较低或者会出现错误。我们建议您雇佣可以提供人工翻译、编辑和校对服务的专业翻译机构，以确保您的内容得到准确翻译。

- 注意本地化：

以当地语言准确描述商品有助于获取买家的信任并增加销售机会。

工具和资源

[亚马逊首选的第三方翻译提供商列表](#)



尺寸

如果您不熟悉美国的尺寸标准，建议您研究一下与您的商品对应的美国尺寸标准，这对于服装、鞋靴和配饰类商品特别重要。您展现商品的准确度越高，买家的满意度就会越高，并且他们也更有可能再次购买。此外，准确地调整商品尺寸信息可以减少退货数量。

- **先研究尺寸，再创建商品。** 如果您首次在美国商城开店，请先研究商城的尺寸标准，然后再创建您的商品。这有助于创建尺寸合适的商品并减少潜在退货数量。
- **创建特定商城对应的尺寸表。** 如果现有的商品尺寸不同于美国标准尺寸，请为您在美国商城销售的商品创建一个自定义尺寸表。
- **监控退货。** 定期阅读买家反馈对于销售的各个方面都十分重要，尤其是当买家对购物体验不满意时。作为一种最佳实践，您可以监控退货，以便了解是否有常见的退货原因（例如尺寸或合身情况），这样您就可以对商品或尺寸进行必要的调整。

工具和资源

要为您的亚马逊商品提供自定义尺寸表，请联系卖家支持并索取“自定义尺寸表模板”。他们会为您提供一个模板，用于填写您的商品尺寸和规格。填写完自定义尺寸表模板后，卖家支持会帮助您将尺寸表上传到您的账户，这样一来，您的每个商品详情页面都会包含自定义尺寸表。

图片

您为商品详情页面选择的图片的质量、清晰度和内容可以吸引买家，并帮助他们决定是否购买您的商品。亚马逊要求您为买家提供一致的图片浏览体验，并规定了具体的图片指南。

- **使用授权图片：** 禁止在亚马逊上使用来自其他网站或杂志的未经授权的图片，这违反我们的政策。这样做可能会导致销售权限被撤销。您的图片必须真实并且仅用于您的品牌，其中不能含有其他品牌的类似商品、未经同意的名人或知名模特或任何类型的文本或手书文字。
- **提供高分辨率图片。** 请确保您的主图片的最长边至少为 1001 像素。这是一项要求，可以让买家利用我们的缩放功能来查看您的商品细节。为充分利用缩放功能，请上传尽可能大的图片。

- **仅显示所售商品。** 一张连衣裙的图片不应包含手提包、太阳镜或帽子等配饰，因为这可能会让买家对商品中包含的内容产生误解。为了让所有商品都提供始终如一的买家体验，不得使用生活风格类图片作为主图片。主图片应以纯白色作为背景（参见以下示例）。



- **提供多张图片。** 请提供多张图片以便从不同角度展现商品。
- **图文版品牌描述。** 使用[图文版品牌描述](#)来讲述您的品牌故事并解答常见的买家问题。

工具和资源

请熟悉[亚马逊图片政策](#)和指南。

[图片服务提供商列表](#)

付款和货币兑换

要获得您的亚马逊销售付款，您需要在卖家平台中添加一个银行账户，以便亚马逊将您的款项存入美国银行账户（需要汇款路径号码）。如果您没有美国银行账户，可以考虑以下方案：

- **亚马逊货币转换器 (ACCS):**

亚马逊卖家货币转换器是一项服务，能够让亚马逊卖家通过其所在国家/地区的银行账户收到销售收入。请注意，亚马逊不支持将货币转换为所有币种。要查看您所在的国家/地区是否受支持，请参阅我们的[货币转换国家/地区列表](#)。

- **Payoneer:**

Payoneer 是美国一家规范化的货币服务公司和授权货币转换机构。Payoneer 也是欧洲经济区的一家授权电子货币发行机构。Payoneer 与亚马逊合作，在很多国家/地区提供当地货币付款服务。您可以通过 Payoneer 账户接收您的亚马逊销售付款，然后以您的当地货币将款项直接汇入您的当地银行：[支持的国家/地区和货币](#)

“在整个（亚马逊全球开店）过程中，我们在多个欧洲国家/地区获得了大量物流和配送支持，以及当地语言支持。得益于亚马逊的支持，我们能够将更多精力集中在商品开发、营造买家体验和建立品牌上。加入亚马逊全球开店计划以来，我们的销量显著提升。2015 年，我们的销售增长率达到 136%。2016 年的增长率约为 100%。”

👤 Etekcity 公司，2016 年 8 月，无线、家居及厨房用品

