

# 亚马逊代运营 亚马逊产品主图标准要求

产品名称	亚马逊代运营 亚马逊产品主图标准要求
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	服务模式:五对一 服务内容:全托管服务 公司地址:浙江杭州
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18966166821 18966166821

## 产品详情

图片区域是卖家给客户展示自己产品最直接有效的方式，如果图片质量和标准没达到亚马逊的要求，那么亚马逊有权拒绝卖家上传的图片。同时，产品图片在产品listing的优化中至关重要。可以说，亚马逊产品图片对销量的影响达70%以上。所以，图片的质量及优化技巧非常重要，卖家们一定要引起重视。

在亚马逊平台中，上传产品图片分主图（Main Images）和辅图。主图1张，辅图8张，共9张，但在产品页面直接展示的只有6张，其余两张需要点击图片界面以查看。

### 一、亚马逊产品图片尺寸格式

Amazon平台对图片的要求：

Images must be at least 1000 pixels on the longest side and at least 500 pixels on the shortest side to be zoom-able. Images must not exceed 10000 pixels on the longest side.

1、亚马逊图片最长边必须至少为1000像素。当图片的高度或宽度至少1000像素时，该图片具有缩放功能，卖家能放大图片局部查看商品细节，这个功能具有增加销售量的作用。

2、图片最短的边长（相对的宽或高）不能低于500像素。否则无法上传到亚马逊后台。图片太小了，也不方便买家查看商品，建议卖家在上传商品图片时，边长在1001以上的。

3、在上主图与辅图时，建议尺寸一致，这样会比较美观。

4、JPEG is the preferred image format, but you also may use TIFF and GIF files. 图片的格式可以使用JPEG, TIFF, GIF, 这几种在亚马逊上是可以上传的，建议使用JPEG格式的，这种格式的图片在上传时的速度比较快。

5、图像的横向和纵向比例是1:1.3时，可以在亚马逊的网站达到最佳的视觉效果。

## 二、亚马逊产品主图要求

Amazon平台对图片的要求：Products must fill at least 85% of the image. Images must show only the product that is for sale, with few or no props and with no logos, watermarks, or inset images. Images may only contain text that is a part of the product. Main images must have a pure white background, must be a photo (not a drawing), and must not contain excluded accessories.

1. 主图的背景必须是纯白色（亚马逊搜索和产品详情界面的也是纯白的，纯白的RGB值是255，255，255）。

2. 主图要是产品的实际图，不是插图，更不是手绘图或漫画图。

3. 主图不能带LOGO和水印，也最好不要有不在订单内的配件、道具等（产品本身的LOGO是允许的）

4. 主图中的产品最好是占据图片大约85%左右的空间

5. 对于有变体的商品，父子商品都要有主图。

6. 产品必须在图片中清晰可见，需要显示整个产品，不能只有部分或多角度组合图。

7. 有些类目允许有模特（如Apparel、内衣、袜子），而且只能使用真人模特，不能使用服装店里的那种模型模特。模特必须是正面站立，不能是侧面、背面、多角度组合图、坐姿等。主图模特身上不能有非售物品。

有些类目主图则不允许使用模特（如Bag、Jewelry、Shoes）。

8. 不能包含裸体信息

9. 小部分home装饰用品主图不强制一定要用纯白背景，如床上四件套、蚊帐、窗帘、沙发、墙挂画、灯。这些产品主图可以用非纯白背景的情景图等

### 三、亚马逊产品辅图要求

1. 辅图可以展示细节、其他面或搭配图等。辅图应该对产品做一个不同侧面的展示，产品使用的展示，或对在主图中没凸显的产品特性做补充，亚马逊产品listing中卖家可以最多添加8张辅图

2. 辅图最好也是和主图一样是纯白的背景，但这不做强制要求，不是纯白的问题也不大

3. 辅图不能带LOGO和水印（产品本身的LOGO是允许的）

4. 产品必须在图片中清晰可见，如果有模特，那么模特不能是坐姿，最好站立，用真人模特，不能使用服装店里的那种模型模特

5. 不能包含裸体信息

最后提醒各位亚马逊卖家，对于那些知名产品、卡通、影视等形象（包括logo、brand name、设计、有知识产权、版权、肖像权...），未经正规授权，不能私自盗用，不能有任何形式的侵权行为。同时要注意对原始图片信息的保存，不排除日后会有别的卖家恶意投诉你所使用的图片存在侵权行为。

亚马逊电子图片要求

首先电子图片像素大小要求是最长边500以上。不能小于500

亚马逊鞋子图片要求

鞋子图片像素大小要求是最长边1001以上。不能小于1001。

产品必须是单只左脚鞋，鞋尖朝左下角摆放

主图不能有模特。副图可以用模特穿戴做效果图

产品占整个画布的80%以上

亚马逊的首饰图片要求

首先首饰图片像素大小要求是最长边1001以上。不能小于1001

主图：产品不能穿戴在模特身上拍摄，副图：可以穿戴模特身上作为效果图，也可以不是纯白底

图片上不能有任何描述性话语，比如这首饰是用的什么材质，在什么情况下穿戴的话语都不能有

耳环主图要成对出现

亚马逊服装图片要求

服装图片像素大小要求是最长边1001以上。不能小于1001

服装只能是平铺或者模特穿戴在身上。不能用假模特

模特不有穿戴出展示的产品之外的任何东西，包括（手链，包包，戒指，项链，手表，眼镜等。）

模特站姿正面朝前，不能侧身或者坐着

只能展示单一产品，不能展示可选择的其他同类产品

不能出现任何裸体，色情，淫秽画面

文章中一直讲图片 其实增加产品的视频介绍也是一个非常好的展示手段，产品视频有助于促使还在考虑的客户付诸行动进行购买。国外用户在有视频的网站上的花费的时间要多于在没有视频的网站上的时间。同时也可以鼓励客户发布自己拍摄的产品图片或是产品使用视频，这样其他访客就会对产品有更加清晰的印象。此外，卖家还可以收集社交平台上有关产品的内容，然后发布在自己的网店页面上。