

跨境电商亚马逊“祭出”销量利器，卖家是满载而归，还是落荒而逃？

产品名称	跨境电商亚马逊“祭出”销量利器，卖家是满载而归，还是落荒而逃？
公司名称	深圳市实测通技术服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	测试周期:5-7天 寄样地址:深圳宝安 价格费用:电话详谈
公司地址	深圳市罗湖区翠竹街道翠宁社区太宁路145号二单元705
联系电话	17324413130 17324413130

产品详情

很早在业内曾经依靠有了“产品赚市场”这套打法，在选品领域讲述过“彪悍的人生不需要解释”，然而，这

一曲“东风破”，亚马逊商品能显示销量

近期显示销量用琵琶弹奏了一曲“东风破”，在前端上线了重大新功能——在亚马逊产品页面，链接直

来源亚马逊

EU交流群的群友在第一时间发出灵魂拷问：

“什么时候能显示销量了？”

没想到，消息一出，瞬间刷了屏——纷纷加入讨论的大军。

从月销量来看，只有玩具家居类部分类目显示，而且不同类目不一样，有些是显示周销量，有些是

另外，有卖家发现，目前只有美国站会显示，欧洲站现在还没有出来。

也有卖家反馈，变体月销量小于50，是直接不显示。

不过，我们预估，在不久的将来，所有的类目与站点都会陆续推出这项功能，行业赛道改变也只是时间

与“猫”共舞，加入新打法？

卖家真能击破销量差异性搜索肉肉就能得到某销量是排名品销量能否寻破瓶颈到底困索。而在国内，用

销量；那及逆更暂时销量功能，是否意味着“拼销量”已发起冲锋号角，将来的算法是否会将“

毕竟销量竞争的角逐这个要素的产品的产品，再加上合理的价格，产品的销量就会自然而然狂飙上

喜忧参半，几家欢喜几家愁？

是打新规的出销量必然会出现新的变化，“销量”的出现，这是普罗米修斯潘给卖家带来了火种，还

理都没有。亚马逊推出这项功能后，有卖家认为，会影响店铺的点击率，看到销量差的话，会连点进去的欲

但是，有卖家却持反对的意见，她认为，“如果是服饰的话，看到销量高的话，可能会跟别人撞款。”

销量卖家取胜以后只会更卷了，只能用量来提高利润，管他滔天大水，只能用简单粗暴的手法，

围绕提高销量展开的各项操作无疑会增加新的成本，降低利润，并破坏长久之道。

保护商被品牌盗途都在都是透的商差异化与品牌商，通过品牌抗肉卷久经营是规则贩卖

你这套这套的销量里你狭路想逢看商？总会有人得道升天，也会有人落荒而逃。不知道，身为卖家的

联系文末二维码客服，欢迎加入我们「欧美合规」纯交流群讨论讨论。

做跨境电商，一定要多混群，一手的信息，背后的八卦都在群里。混群的时候还能听到很多听不到的小

还有，在混群之后，你才会发现自己弄得焦头烂额的问题，在别人面前不值一提。

跟我们聊上五分钟。五分钟，肯定不能让你暴富，但大概率能帮你在运营的路上避避坑。

关注我，做电商不迷路

一指禅 戳戳戳!