

2020跨境电商亚马逊专业术语详解

产品名称	2020跨境电商亚马逊专业术语详解
公司名称	郑州董抟科技有限公司
价格	8800.00/人
规格参数	品牌:蚂蚁店长
公司地址	郑州市管城回族区永平路众创电商园2、3楼整层
联系电话	18569947623

产品详情

亚马逊学习基础知识 02 专业术语解释

1、SKU：英文全称: Stock Keeping Unit(库存量单位)，即库存进出计量的单位，可以是以件，盒，托盘等为单位的。

针对电商而言：

甲、SKU 是指一款商品，每款都有出现一个 SKU，便于电商品牌识别商品。

乙、一款商品多色，则是有多多个 SKU，例：一件衣服，有红色、白色、蓝色，则 SKU 编码也不相同，如相同则会出现混淆，发错货。

2、ASIN：英文全称: Amazon Standard Identification Number

中文全称: 亚马逊标准标识号

ASIN 是亚马逊商品一个特殊的编码标识,每个商品的都不同。是亚马逊随机生成的字母数字组合。

3、KYC：英文全称: Know your customer

KYC 政策（即充分了解你的客户）对账户持有人的强化审查。

KYC 政策不仅要求金融机构实行账户实名制，了解账户的实际控制人和交易的实际收益人，还要求对客户的身分、常住地址或企业所从事的业务进行充分的了解，并采取相应的措施。了解资金来源合法性。

4、FBA：英文全称：Fulfillment by Amazon

中文全称：亚马逊物流

FBA 是指由亚马逊提供高标准的，包括仓储，拣货，包装，配送，客服和退货在内的所有物流服务。

5、FBA 头程：就是指货物从国内-国外亚马逊仓库这一段运输，中间包括清关预付关税等服务。

6、UPC：英文全称：universal production code

中文全称：通用产品编号(代码)

UPC 是早大规模应用的条码，其特性是一种长度固定、连续性的条码，目前主要在美国和加拿大使用，由於其应用范围广泛，故又被称万用条码。UPC 码仅可用来表示数字，故其字码集为数字 0~9。

7、GCID：

Amazon 内部生成的品牌标识符，当你品牌在 Amazon 成功备案后，提供一个 key attribute，Amazon 会自动分配的 Global Catalog Identifier 也就是 GCID，十六位字符，包括字母和数字。这个 GCID 码将等同于你的每一条 Listing 里面的 UPC 码，你的 UPC 码就可以省掉。

8、Coupon：是用以享受某种特价或优惠的“折价券”

在购买的时候一定要点击哦。可以从 coupon 页面进入，也可以在浏览宝贝的时候看宝贝是否有优惠券。（亚马逊 coupon 专区）

9、Hot new releases

这是亚马逊提供的“热点新产品”。它出现在一个类别的页面的右上方，点击它可以不仅了解到正在热卖的商品，还可以根据畅销品清单预测到下一批热销的产品。

New releases 标识是奖励那些某一个类目下，新版本中销售好的 ASIN 产品给定的一个标识奖励。

New releases 定义根据每个类目不同而不同，主要是以上架的时间或者发布的时间为依据。New releases 简单来说，就是上架时间不太久，在此相同类目下，销售好的一个 ASIN 给的一个奖励标识。这里的销售好是与它上架周期上架时间相近的产品进行比较，且在同一类目下。

10、Add-on Item

美国亚马逊推出的 Add-On Program 允许顾客单件购买以前仅批量出售的商品。一般来说这样的商品都是一些很小的便宜商品，如指甲剪、卫生纸、灯泡、香皂等。Add-on 商品可以和其它商品同时购买，或者全部只购买 Add-on 商品，只要总金额（包括 Add-on 商品）超过 25 美元就行。但同时需要注意，此类订单由 Amazon 发货，所以购物车内所有商品必须是“Sold by Amazon”或者“Fulfilled by Amazon”。

显示“Add-on Item”标志的商品，都是经由 FBA 发货的单价很低的产品，亚马逊系统核算，这类产品为亚马逊产生的利润微乎其微，而配送成本已经高于利润，为了提高利润空间，亚马逊对这类产品设置了一个限制，当你单独购买该产品时，订单总金额必须超过 25 美金方可下单，即便你是 Prime 的会员，也同样要满足订单金额满 25 美金才可以。

当一款产品，因为卖家价格设置过低，系统自动会把产品加入到 Add-on Item 项目中，如果你的账号一旦出现此标志，此时不妨把价格调高，随着价格的提高，Add-on Item 的标志也会随之消失了，在此时，可以通过朋友的账号刷几单，当成交发生后，再试着把价格调整到

你自己预期的低价位，此时，Add-on Item 一般也不再会跟随而来了。

11、Amazon's choice

有 Amazon ' s choice 这个标志的，就是搜索这个关键字出来的这个产品，已经被亚马逊 Echo 的收录到语音购买的推荐里去了。影响的 5 点要素：

类目：仅开放以下类目：图书和音像、电影、音乐、游戏、电子产品、家装、玩具、服装、鞋帽、珠宝、手工、户外、汽车

Brand Registry FBA

More Info 完整转化率高销量大

12、W8 税表：全称“ Form W-8BEN ”，是有美国税务局发布，由开户人填报，声明其本人并非美国公民，要求免除美国的相关税项。申报后有效三年。三年到期前，需要重新填表，再 申报

13、WF：World First 是世界外币兑换公司，公司总部位于金融高度发达的英国伦敦，专注于为企业和个人卖家提供国际支付服务，帮助电商开通非本国银行账户，是亚马逊官方战略合作伙伴，帮助您将海外销售的货款提回国内。

14、A-Z Guarantee Claim：保障索赔：

甲.买家可早于预计迟送达日期 3 个日历日或在订单日期后 30 天内提出索赔。

乙.从预计迟送达日期算起，买家有 90 天时间提出索赔。

15、Product review：是针对产品本身的评价，不涉及物流、客服质量，任何在亚马逊上购买过一次商品的买家都可以评价，影响客户对产品的判断，不影响卖家绩效。用打分和文字、图片、视频评论结合方式。

16、Customer Feedback：是针对订单的评价，涉及产品、物流、客服等订单相关因素，只有下了订单的买家才能评论，一个订单只能评价一次，影响卖家 ODR。用打分和文字、图片、视频评论结合的方式。

17、Sessions 访问量：官方解释：Sessions are visits to your Amazon.com page by a user. All activity within a 24-hour period is considered a session.

理解：也叫独立 IP 访问量。在 24 之内，一个 IP 访问某个页面不管点击几次都只计算一次。

18、Session Percentage: 访问量百分比

官方解释：Percentage of sessions that contain at least one page view for a particular

SKU/ASIN relative to the total number of sessions for all products.

理解：某个特定的 SKU/ASIN 至少一个页面的访问量相比所有产品的访问总量的百分比。

19、BUY BOX：黄金购物车（购买按钮）：

是买家方便的购物位置。亚马逊根据众多因素评估卖家绩效，合格卖家的商品有资格竞争及获得黄金购物车。

20、全球开店：

亚马逊全球开店是国内的卓越亚马逊针对国内卓越亚马逊商家推出的辅助在全球亚马逊开店的帮助计划，前提需要国内是公司性质。亚马逊全球开店使您能够在以下任何一个商城中添加和销售商品，包括 Amazon.com、Amazon.ca、Amazon.co.uk、Amazon.de、Amazon.fr、Amazon.it、Amazon.es 和 Amazon.jp。

21、品牌备案：

是指在亚马逊上申请品牌保护。在亚马逊品牌备案后可获得 GCID 码(GlobalCatalog Identifier，一串 16 码英数混合的代号) 来取代 UPCs 以及 EANs，GCID ！到那个国都一样，不像 ASIN，到不同的国会不同的数值！Amazon 是用这个 GCID 值来检查能不能跟卖！申请品牌备案是好的防跟卖的方式。

22、Amazon Prime：

会员服务（\$99 年费），任何亚马逊自营（sold by Amazon）或者负责物流（fulfilled by Amazon）的商品，无论价格多少，均享受免费两日送达服务。

23、Order Defect Rate：缩写 ODR：订单缺陷率（ODR）

收到负面反馈、亚马逊商城交易保障索赔或服务信用卡拒付的订单的百分比。可以在任何历史订单时间段内计算 ODR。

目标<1%。必须达到。

24、分类审核：

为了确保买家在亚马逊你购物有高质量的体验，特定商品和品类必须经过亚马逊的批准，即为分类审核。分类审核通过之后，再发布此类的商品和品类就无需再经审核，直接发布。25、Sponsored Products：

亚马逊的产品广告，是依靠关键词的竞价排名，和淘宝直通车、百度竞价等类似，设定关键词，设定价格，关键词被搜索时有机会展现产品，被点击时付费。

26、Best seller rank

Amazon Bestsellers Rank 这个数字是相对于其他类别产品，根据小时（亚马逊说明），并链接到产品近期的销量（同时考虑账户历史销售数据）计算的。当然，一个产品的排名在不同的亚马逊市场会有所不同，每个市场本身就代表了不同的地理区域。排名第 1，就意味着在该产品同一个产品类目中，这个产品近期的销量比其他任何产品都要多。

27、变体：变体用于关联那些基本相同、但在一个或多个关键属性（如尺寸或颜色）方面存在差异的商品。

甲.如果您的商品符合以下要求，它们很可能就是良好的备选变体： 乙.商品基本相同

丙.商品仅在几个非常具体的方面有所不同

丁.买家期望在一个商品页面上找到所有这些商品 戊.商品可共享一个商品名称

28、Prime

发 FBA 或者参与 SFP 服务

FBA 指的是亚马逊的海外仓代发货。当卖家在亚马逊平台卖产品，它可以让卖家产品先放在

当地亚马逊的仓库，当卖家成交订单，亚马逊根据订单从仓库提货发至买家客户的手里。29、W9 税表：W9 是美国人税表，W9 的填写，资料要来自于 SSN，包括包括名字、出生日期、以及对应的 SSN。

30、个人卖家与专业卖家

个人卖家 (Individual)、企业卖家、专业卖家 (Professional)，你有没有被绕懵圈？事实上，亚马逊只有个人卖家和专业卖家的区别。而企业卖家主要是通过全球开店项目开通店铺的卖家，它属于专业卖家。个人卖家和专业卖家之间的区别还是挺大的，比如个人卖家就没有上面说的那个令人垂涎三尺的黄金购物车功能，再比如个人卖家不能促销，没有广告功能等。当然，如果你一个不小心开通的是个人卖家，也不用担心，后台轻轻勾选一下，就可以转换为专业卖家了。

31、CPC 点击付费

严格来说，它并不是亚马逊的专有词汇。CPC，为英文“Cost-Per-Click”的缩写，即根据点击数付费。国内用惯了某宝直通车、钻展等广告的卖家，必然也会疑惑亚马逊是否也有这样的广告位。没错，亚马逊也有，但是与某宝的操作方式是不一样的。亚马逊凭借多年来对消费者的理解以及先进的技术实力，可以让卖家广告投放更准，提升消费者的购物效率及体验。至于亚马逊的付费广告显示在哪里，促销的信息又显示在哪里，请听跨海汇下回分解~~~

32、P 卡/WF 卡

二者是亚马逊的两种收款方式，P 为 Payoneer 的缩写。WF，为 World First 的缩写。事实上，亚马逊的收款方式有很多种，比如还有 CD (Currencies Direct) 卡、海外银行账户、香港账户转账结汇，以及新的 Pingong 卡等等。但 P 卡和 WF 卡是亚马逊的官方合作伙伴，是重要的两种收款方式。

33、跟卖

跟卖，顾名思义，就是你跟着别人卖，自然也是跟着销量高的商家卖。这说好听一些，就是站在巨人的肩膀上，说不好听一些，就是蹭别人的光。跟卖对新手来说，是极好的方法，截流量好的卖家的流量，可以迅速出单。但是，世界上是不是就有这么便宜的事呢？当然不是，跟卖存在着很大的风险，比如知识产权就是一个迈不过去的坎儿，要知道，亚马逊是个非常注重产权的网站。当然风险绝不仅于此。

34、Review 与 Feedback

简单来说，二者都是亚马逊用户对卖家产品的评价。但是二者又有着截然不同的区别，Feedback 是购买过该产品的客户对卖家的服务以及物流时效等的评价，但 Review 则是针对产品本身，对产品

Listing 做出的评价，与产品品质、服务等无关，但是你不能因此就不关心 Review 哦，因为很关键的一点是，亚马逊官方平台会根据你 Review 来决定你的曝光量以及排名，它的多少可能直接与你的未来销量挂钩哦

35、账户关联

能让亚马逊卖家提心吊胆的一个词非它莫属！什么是账户关联呢？亚马逊规定一个卖家只能有一个店铺，也就是只能有一个账户，而“关联”自然是一个卖家拥有多个账户，而且被亚马逊通过各种技术手段发现了。发现后有什么后果呢？轻则下架，重则关店呗。

36、customer search term 客户搜索的词。

37、match type 匹配类型

38、Broad Match（广泛匹配）：

买家搜寻的关键词中只有少部分匹配或是有关联性。

39、Phrase Match（词组匹配）：

买家搜索词组会与关键词的部分一致。

40、Exact Match（精确匹配）：

买家搜索词与你填写的关键词完全一致。

41、impression 展现曝光次数。

42、clicks 点击次数。

43、ctr 点击率=点击次数/展现次数。

44、total spend 总花费。

45、average cpc 点击平均花费。

46、acos 投入产出比=总花费/带来的总销售额。

以上为基础学习掌握，以下作为我们做好一名亚马逊专业卖家也要掌握的以下

BusinessReports 术语：

1. Attributed Buy Box Percentage：ASIN 码产品黄金购物车百分比，如果这个比率一直处在变化的状态，这将是总页面浏览量。

2. Attributed Page Views Page views for the ASIN：如果两者维持在动态变化的关系，则这次访问会被作为 ASIN 产品的一个页面视图。

3. Average Offer Count：平均在售商品数量。所选取的时间范围内平均每天能正常供货的listing 数

目。

4. Average Sales per Order Item：平均单一产品销售额。所选取的时间范围内平均一个品项的销售额，也就是一种产品平均可以创造多少销售金额。

5. Average Selling Price：平均单一商品销售价。所选取时间范围内平均一个商品所售的价格，也就是平均一个商品以多少的价格售出。

6. Average Units per Order Item：平均单一产品销售数。所选取的时间范围内平均一个商品的销售个数，假设售出 100 个商品总共是 10 个品类，则平均一种卖出 10 个。

7. Buy Box Percentage：黄金购物车百分比。BuyBox 页面浏览量百分比，“Add to shopping cart”页面上出现了客户将产品添加到他们购物车的百分比，如果这个页面出现以下情况百分比将小于 100%：

(1) 该产品没有库存。

(2) Buy Box 被抢占，顾客从其他卖家处购买。

(3) 产品没有 Buy Box。

8. FeedType：需提交库存、价格、产品的关系等等。

9. Gross Product Sales：产品的销售金额。所选时间段内，生产的产品数量乘以价格以及相应的运费和礼品包装费。

10. Order Session Percentage：订单销售百分比。所选取的时间范围内会话数除以订单数。

11. Ordered Product Sales：订单销售总额。依照订单锁定商品的销量总和，计算方式为(订单上的销售数乘以销售价格之总和)。

12. Orders：所选取的时间范围内的订单总量。但这并不能反映订单被取消或者更改。

13. Page View Percentage：页面流量百分比。所选取的时间范围内某个特定的 SKU/ASIN

相对于所有产品页面访问总量的占比。

14. Page Views：页面流量。所选取的时间范围内销售页面被点击的总浏览量，用户可以在一段时间内查看您的页面多次，造成了较多的页面浏览量。

15. Product Description：产品描述。16. Product Features：产品特点。

我们公司在深圳建有自己的中转仓可提供合作伙伴使用，拥有自主研发erp系统可供大家上货，相对比市面上很多招商培训亚马逊公司大多都是在深圳小型跨境公司拿的系统代理，erp系统落后操作复杂。

自主研发的erp集成系统数据处理速度、安全性防止同行跟卖、系统自带全球大小语种翻译无需三方翻译。无需大家制作sku商品表格上传。系统一键抓取等。。可供大家参考对比！

亚马逊saas技术开发团队，拥有精湛、深厚的技术功底，具有多年ERP系统开发经验，专注于数据挖掘和跨境电商云服务开发。

管理团队，是一群外贸老炮，拥有超过10年的跨境电商实战与传统行业运营经验，充分了解跨境电商卖家的需求和行业发展方向，为您的跨境之路保驾护航。