



# 跨境卖家政策指引手册

(跨境卖家版)

## 目 录

修改记录.....	1
1. 平台惩罚计分政策 .....	2
1.1 违反上架规则 .....	2
1.2 卖家发货情况 .....	14
1.3 上架商品数量限制 .....	17
1.4 客户服务 .....	19
1.5 运输禁运品及运输违禁 .....	20
1.6 惩罚积分系统 .....	21
2. 各市场适用的政策 .....	22
2.1 台湾市场适用政策 .....	22
2.2 印尼市场适用政策 .....	25
2.3 泰国市场适用政策 .....	25
2.4 新加坡市场适用政策 .....	25
2.5 越南市场适用政策 .....	26
3. 店铺管理政策 .....	29
3.1 开店名称设置要求 .....	29
3.2 定期清理不活跃店铺规则 .....	29
3.3 定期清理不活跃账号规则 .....	29
4. Shopee 平台交易政策 .....	29
4.1 Shopee 支付方案简介 .....	29
4.2 绑定收款账户 .....	30
4.3 佣金及交易手续费 .....	32
4.4 超过退货保证期的退货处理方法 .....	33

5. SLS 物流相关政策.....	34
5.1 各市场买家不取订单处理办法.....	34
5.2 SLS 物流藏价工具表链接及运费.....	35
5.3 各市场运费补贴.....	36
6. 平台优选及商城卖家管理规则 .....	37
6.1 优选卖家管理规则.....	37
6.2 商城卖家管理规则.....	38
7. Shopee 平台关键字广告 (Paid ads) .....	41
7.1 关键字广告是什么? .....	41
7.2 关键字广告的优势是什么? .....	41
7.3 怎么购买关键字广告? .....	41
7.4 影响关键字广告排名的因素 .....	44
8. 卖家行为规范激励计划.....	47
8.1 秒杀活动店铺发货时间要求.....	47
8.2 Shopee 平台免费揽货服务要求.....	47
8.3 9.9/11.11/12.12 packages 购买资格.....	48
9. 小语种市场客服服务 .....	48
9.1 泰国市场小语种客服申请流程.....	48
9.2 印尼小语种客服服务指引 .....	48
9.3 越南小语种客服服务申请指引.....	49

## 修改记录

修改日期	修改内容
2019-08-08	菲律宾站点 SLS 运费价格下调以及藏价工具表链接变更
2019-08-26	“举报盗用商品信息行为”规则变更
2019-09-19	“小语种客服服务”通知更新
2019-09-19	修改“重新上架相似违规商品”通知
2019-09-19	增加“DTS (卖家备货时长)设置”
2019-09-27	菲律宾站点 SLS 运费藏价工具表链接变更
2019-10-11	台湾站点“清理无效刊登商品”政策变更
2019-10-11	新增“跨境卖家与当地卖家重复刊登商品行为”政策
2019-10-11	越南站点 SLS 运费藏价工具表链接变更
2019-10-11	DTS 普通卖家备货时长设置变更
2019-10-11	“非商城/非优选卖家预售商品数量超过要求”政策变更
2019-10-11	新增“成人用品上架规范及处理办法”
2019-10-11	“Shopee 平台免费揽货服务要求”变更
2019-11-18	“卖家运输违禁商品行为”知更新
2019-11-18	马来西亚站点 SLS 运费藏价工具表链接更新
2019-11-18	“各市场运费补贴”更新
2019-12-10	越南站点 SLS 运费藏价工具表链接更新
2019-12-28	修改“自动取消订单计算逻辑”
2019-12-28	增加“台湾站点修改普通商品 DTS 可以设置为 3”通知
2019-12-28	增加“台湾站点上架商品数量限制”通知
2019-12-28	修改“非台湾站点举报盗用商品信息行为”问卷星链接
2019-12-28	修改“运费补贴”表
2020-01-07	普通卖家预售商品要求更新
2020-01-07	台湾鉴赏期规则更新
2020-01-07	Shopee 平台免费揽收服务标准更新
2020-01-07	未完成订单率和迟发货率标准更新

## 1. 平台惩罚计分政策

### 1.1 违反上架规则

#### 1.1.1 劣质刊登

##### 1.1.1.1 商品品类设置错误

若卖家将商品设置成了错误的品类，第一次被平台发现，该商品将会被系统下架；若卖家修改后仍为错误品类，该商品将被系统删除并产生相应的惩罚计扣分。若卖家第三次上传该商品仍为错误品类，该商品将被系统删除，卖家将获得 1 分额外的惩罚计分。

处理方式：第一次被平台发现将下架，若再次上传时仍然设置错误，将删除并扣分。

举例：

卖家 A 将女士短裙放置于男装分类下，该产品被平台暂时下架；卖家调整该女士短裙为女士衬衫分类下再次进行上传，那么平台会将该产品删除，卖家也会被记惩罚计分。

##### 1.1.1.2 重复刊登商品的行为

重复刊登是指将各项信息完全相同，或者重要属性完全相同或高度相似的产品进行多次刊登。刊登的产品之间必须有显著的区别（如图片，标题，属性，描述等），否则将被视为重复刊登的商品。相同卖家的店铺之间重复刊登的商品和不同卖家之间重复刊登的商品都将被平台删除和给予扣分。

处理方式：商品将被直接删除并扣分

举例：

#### 1) 卖家在相同市场的不同店铺刊登相同的产品

卖家应仅在其一家店铺（而非多家店铺）出售同一件产品。对于有严重重复刊登行为的店铺（同一卖家），Shopee 将保留最初的店铺并关闭其余所有店铺。

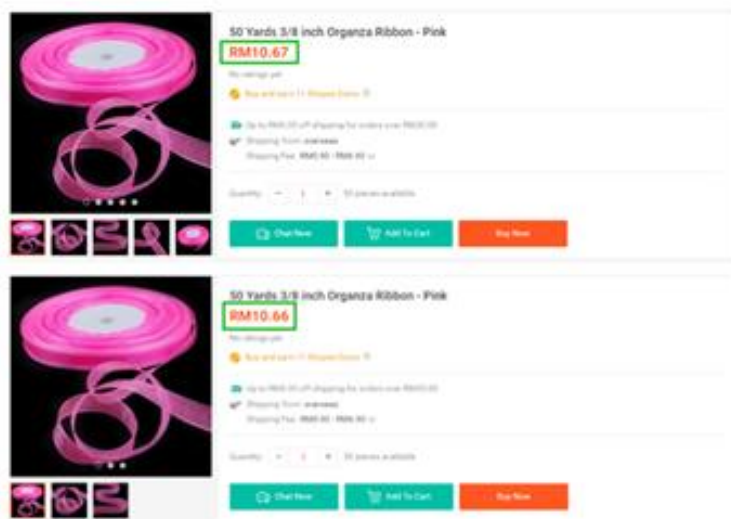
#### 2) 将相同的产品刊登在不同的类别下

例如：将同一款智能手表同时发布在“移动设备和配件”和“手表”类别下也是重复刊登。卖家应选择与所售产品相关度最高的一个类别进行刊登。

3) 微调产品信息（如图片，标题，价格，属性，描述等）后重复上传

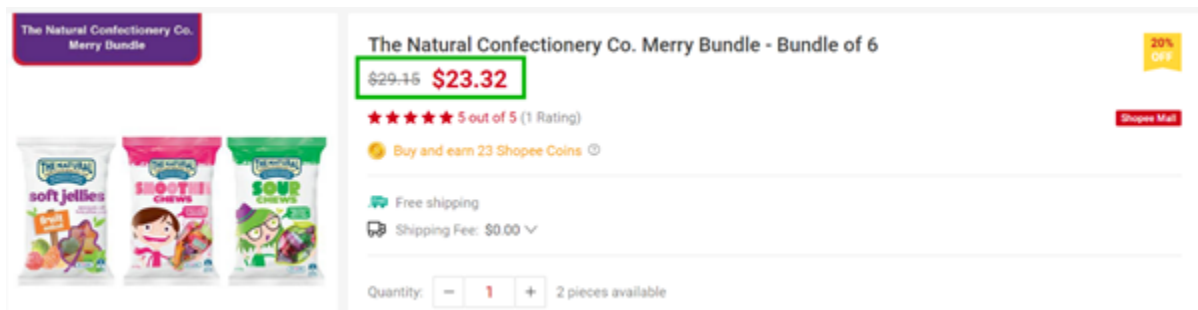
示例 1：

错误做法：将同款产品以不同价格分别刊登



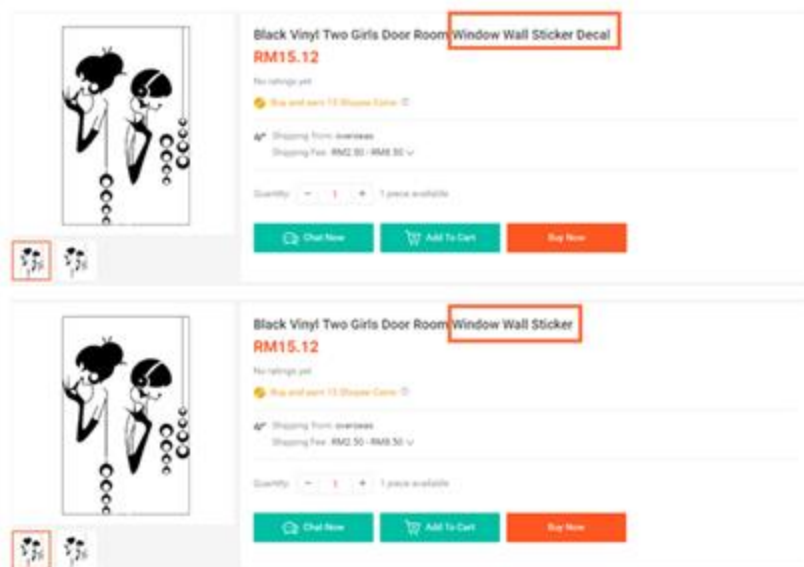
**正确做法：**

同款产品只可以一个价格刊登一次。如果卖家想进行促销活动，可通过卖家中心的“我的折扣”功能调整至促销价格。



示例 2：

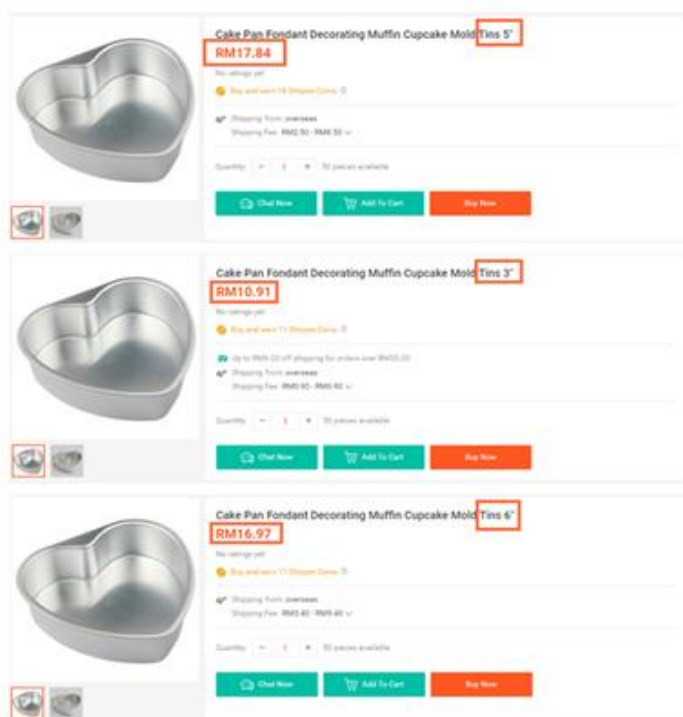
错误做法：将同款产品微调产品名字分别发布



**正确做法：** 同款产品仅可刊登一次

示例 3：

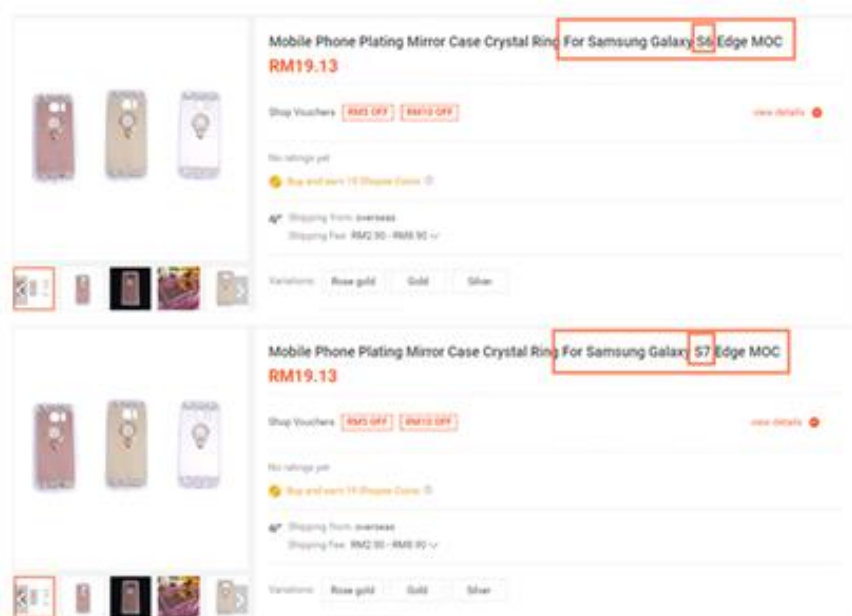
**错误做法：** 将同款产品以不同规格和价格分别发布



**正确做法：** 同款产品的不同属性的产品（如尺寸或颜色等细微差别）应作为一个产品上传。卖家可以通过增加产品属性参数来反应这些分类。

示例 4:

错误做法: 适用于不同机型的同款 3C 类配件分别发布



**正确做法:** 同款产品的不同属性的产品（如尺寸或颜色等细微差别）应作为一个产品上传。卖家可以通过增加产品属性参数来反应这些分类。

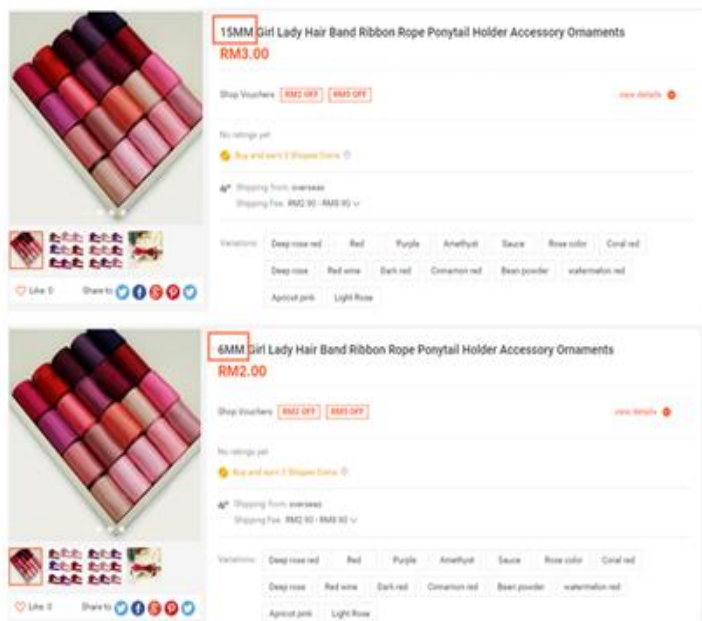
#### 4) 以下情况不会被视作重复刊登

同一款商品有多种型号或款式，无法全部刊登在一起时，卖家可以分开上传多个。但需确保没有重复刊登相同的型号或款式。

示例:

下图商品有 2 种尺寸，15 种颜色，共计 30 个款式，无法全部刊登在一起（一个商品展示最多可以刊登 20 个型号或款式）。因此将这 30 个款式以同一尺寸下分别刊登 15 个颜色，分为 2 个商品展示进行刊登，且 2 个商品展示之间没有重复的型号或款式，这种情况则不会被视做重复刊登。





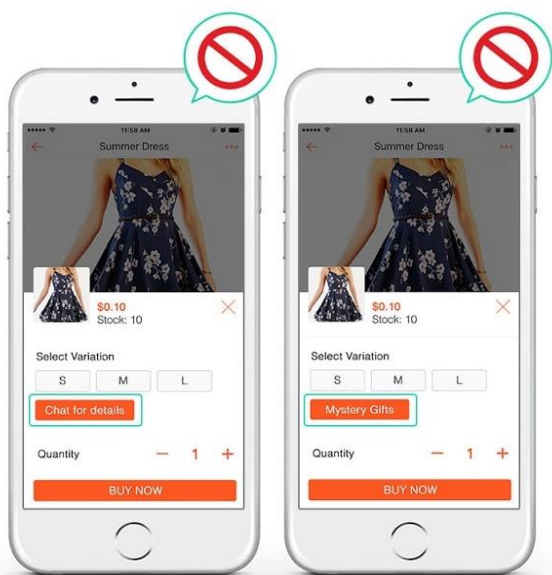
### 1.1.1.3 误导性定价

卖家设置过高或者过低的价格以赢取更多的曝光量，但并不会真正卖出陈列商品的行为。商品附件不应该被单独列出，而是应当和商品一起作为同款商品不同属性的商品。

处理方式：商品将被直接删除并扣分

举例 1：

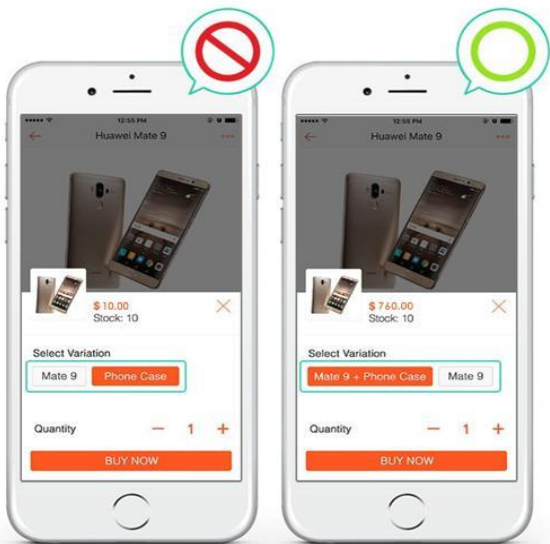
卖家将商品价格设置为远低于（例如 0.10）或者远高于商品市场价格（例如 9999）会被系统删除。



举例 2:

当销售手机套组的时候，手机（价值\$750）和手机壳（价值\$10）

错误做法：\$750 手机，\$10 手机壳



**正确做法：**\$750 手机，\$760 手机+手机壳

#### **1.1.1.4 关键词/品牌、属性滥用**

商品中包含的信息与所销售的商品不对应或不相关，则会被视为垃圾刊登商品。为了防止卖家滥用关键字误导搜索及影响买家的浏览体验，Shopee 平台会通知卖家重新编辑商品。若再次质检不合格，商品将会被删除。

处理方式：第一次被通知商品将被下架；若再次上传仍然不合格，将删除并扣分。重复的违规行为可能会导致卖家的帐户被冻结。

举例：

##### **1) 关键词/品牌用**

- 商品标题中包含多个或不相关的品牌名/关键字，例如“女士 裤子 裙子 衬衫”、“兰芝 迪奥 SK-II 保湿霜”
- 商品标题中出现无关关键字，例如“戴尔显示器|不是华硕 三星 LG 电视”

##### **2) 属性滥用**

- 品牌名重复出现或者出现多个品牌，例如“耐克 耐克 耐克”，“耐克 彪马 阿迪达斯”
- 品牌属性不准确，例如“中国品牌”
- 其他属性信息不准确，例如属性中写“热销”

## **避免关键词/品牌、属性滥用的方法**

- 按照 shopee 推荐的产品标题格式：品牌+产品名称+型号。例如 Innisfree Green Tea Serum（悦诗风吟绿茶乳液）。
- 确保标题和描述中的所有关键字都准确并与所销售的商品相关。不要在产品标题中包含不准确/不相关的关键字。
- 输入准确的商品分类属性，商品分类属性包括品牌名称、型号和保修期等。
- 如果商品没有品牌，请选择 “No brand”

### **1.1.1.5 图片质量不佳**

卖家刊登的商品图片中，商品占图片面积<70%。卖家应该保证高质量刊登商品，给买家带来更好的购物体验。

## **1.1.2 禁止刊登**

### **1.1.2.1 禁止上架销售商品**

Shopee 平台跨境卖家禁售商品：

- 各个国家和地区不允许在网上销售的产品；
- 各个国家和地区仅允许持有当地营业执照卖家销售的产品；
- 各个国家和地区海关原因禁止销售的产品。

处理方式：商品将被直接删除并产生相应的惩罚计分。

### **1.1.2.2 刊登广告或销售无实物商品**

卖家刊登的商品图片中带有导向外部平台的内容水印。例如：卖家在图片中刊登 QQ 号、二维码或其他任何外部网站的链接，将买家导向 Shopee 平台之外的交易平台的行为。

处理方式：商品将被直接删除并产生惩罚计分

### **1.1.2.3 同一商品 ID 下更换不同商品**

Shopee 平台不允许在同一商品 ID 下更换不同商品，平台会定期清理相关的违规商品。若卖家更改现有商品 A 的信息（如：名称，描述，图片等）为另一个完全不同的商品 B 的信息，此行为会将原本关于商品 A 的评分及评价显示为商品 B 的评分及评价。将会给买家带来关于商品 B 的错误理解与判断。

不同的商品指的是：

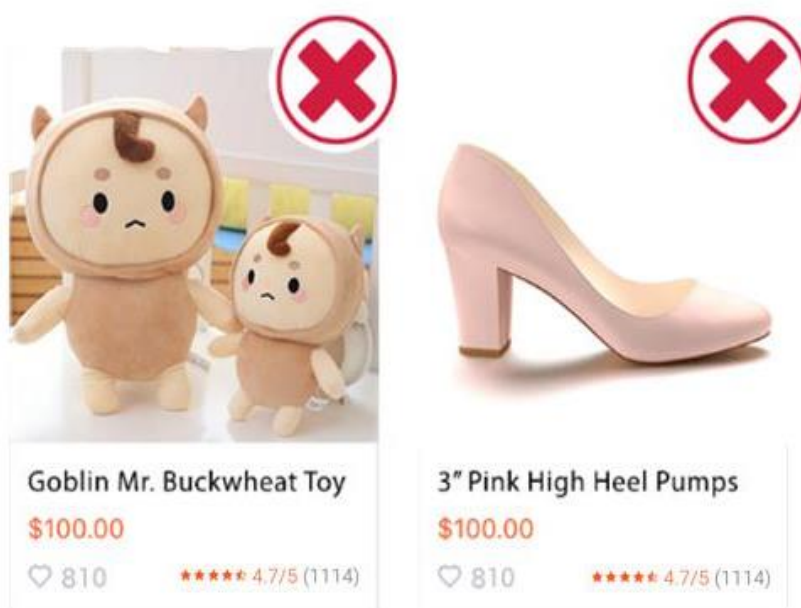
- 1) 不同类别的商品，如：背包和水瓶， 衬衫和裤子
- 2) 同一类别的商品的不同型号，如：不同品牌的双肩背包

若商品为同一类别且型号相同，但颜色有所不同，不会被判定为“不同的商品”

处理方式：商品将被直接删除并产生相应的惩罚计分。

举例：

错误做法：将玩具的商品页面，更换为高跟鞋的产品信息



**正确做法：**新建产品 B 的产品页面，填入产品 B 的相关信息。

常见问题：

问：之前的商品（手机套）卖断货了，可否把商品改为卖包？

答：否。此行为属于同一商品 ID 下更换不同产品。

问：可否把苹果手机 6 改为卖苹果手机 7？

答：否。更换产品型号属于在同一商品 ID 下更换不同产品。

问：可否更改售卖商品的颜色？

答：可以。更改颜色没有改变售卖商品种类。

问：可否更改图片中展示衣服的模特？

答：可以。售卖的商品没有改变，可以更改商品图片。

问：可否改动商品价钱，修改商品名称/描述？

答：可以。售卖的商品没有改变，商品价钱，名称或描述都可以更改。

#### **1.1.2.4 虚假折扣**

标准 1：卖家若在促销活动前一段时间内提高促销商品价格将被予以警告，情节严重者涨价商品将被删除。

例如：假设商品 A 售价为 100 元，在活动开始前一段时间，卖家将商品价格调升至 120 元，再进行打折销售，卖家将被予以警告，情节严重者涨价商品将被删除。

标准 2：若卖家设置的商品折扣价格高于商品的原价，该商品将被删除。

例如：假设商品 A 售价为 100 元，在活动开始前一段时间，卖家将商品价格调升至 110 元，活动时若价格为 101 元，因商品折扣价大于商品原价 ( $101 > 100$ )，该商品将会被删除。

处理方式：商品将被删除并产生相应惩罚计分

#### **1.1.3 侵犯知识产权或假冒产品**

若卖家首次被投诉侵权，Shopee 平台会将相应侵权商品下架。若卖家再次被投诉侵权，Shopee 平台会将投诉的卖家账号暂时冻结 7 天；账号解冻后若再次被投诉侵权，则继续冻结 7 天；依此类推（侵权次数于 2017 年 3 月 27 日开始累计）。

对于严重违规或累计侵权次数过多的卖家，Shopee 平台可能直接关闭被投诉卖家的账号。

注：台湾优选卖家被举报或被 Shopee 平台发现刊登侵权或盗版商品，若及时提供有效正品证明，则保留优选卖家资格，并不会被记惩罚计分；若未及时提供有效正品证明，则会被移除优选卖家资格，并影响惩罚计分。

### 1.1.4 重新上架相似违规商品

若卖家违反以下任何一项上架规则，违反上架规则的商品被**删除**后会被计 1 或 2 分惩罚计分（台湾站点“侵犯知识产权或商标版权的假冒商品”将被计 2 分或 3 分惩罚计分）。若再次上架相似的违规商品，将额外计 1 惩罚计分。

违反上架规则	计分	严重违反计分
1.禁止上架销售商品（包括 Shopee 平台禁止销售商品、跨境卖家禁运品类商品、违法违禁商品以及当地国家政府禁售召回的商品等）  2.刊登广告或销售无实物商品 （例如：买家在图片中刊登 QQ 号、二维码或任何外部网站的链接，将买家导向 Shopee 平台之外的交易平台）  3.商品描述图片带有导向外部平台内容的水印、质量不佳或抄袭其他卖家图片  4.商品图片或描述中带有色情内容  5.商品占图片面积<70%  6.上架存在误导的产品以及重复上架商品 <ul style="list-style-type: none"> <li>如使用的商品标题，标签或者相关商品描述与商品本身不符；</li> <li>同一个商品 ID 下更换不同的商品；</li> <li>重复上架商品，包括同一卖家跨店铺重复上传同一商品以及不同卖家不同店铺重复上传同一商品；</li> <li>商品品类设置错误</li> </ul> 7.夸大不实的折扣  8.违反商城卖家刊登标准（商城卖家刊登标准： <a href="https://pan.baidu.com/s/1tjFXiUd3pJlrN8gy32nEhg">https://pan.baidu.com/s/1tjFXiUd3pJlrN8gy32nEhg</a> ）	1	2
9.1 侵犯知识产权或商标版权的假冒商品（非台湾站点）	1	2
9.2 侵犯知识产权或商标版权的假冒商品（台湾站点）	2	3
<b>若卖家违反上述上架规则，在商品被删除后再次上架相似违规商品，将额外计 1 分惩罚计分。</b>		

### **1.1.5 跨境卖家与当地卖家重复刊登商品行为**

Shopee 平台台湾、泰国、马来西亚站点跨境卖家和当地卖家之间重复刊登图片、商品标题以及商品描述的行为的惩罚将更为严格。其他站点实施标准及时间另行通知。

#### **1.1.5.1 台湾站点**

Shopee 台湾站点卖家未经允许，将其他卖家的商品图片用作自己的商品图片，或者将其他卖家的商品信息用作自己的商品信息，则会被判定为盗图或盗商品信息。一经举报查实存在盗图、盗商品信息其中之一情形的卖家店铺将可能在卖家惩罚系统中计 15 分惩罚计分。

#### **1.1.5.2 泰国站点**

Shopee 泰国站点卖家若被监测确认重复刊登其他卖家的商品，重复刊登的商品将会被删除，并计 1 分惩罚计分，严重重复刊登将计 2 分惩罚计分。若卖家重复刊登的商品数量占卖家总商品数量达到一定标准，将计 15 分惩罚计分，冻结账号 28 天。

#### **1.1.5.3 马来西亚站点**

Shopee 马来西亚站点卖家若被监测确认重复刊登其他卖家的商品，重复刊登的商品将会被删除，并计 1 分惩罚计分，严重重复刊登将计 2 分惩罚计分。同时经人工检查若有严重违规行为将会被冻结店铺。

### **1.1.6 非台湾站点举报盗用商品信息行为**

本政策适用于被投诉盗图、盗商品信息的卖家及其店铺，不适用于重复刊登商品行为。

Shopee 卖家未经允许，将其他卖家的商品图片或将其他卖家的商品信息用于自己的商品，会被判定为盗用商品信息。Shopee 平台会在每周五邮件通知审核结果，若举报时间为周五，会于下周五通知审核结果。Shopee 站点针对此类行为的举报链接：

<https://www.wjx.top/jq/53293905.aspx>

注：使用由商品供应商或第三方平台提供给所有购买该产品的卖家共同使用的图片以及商品信息不会被认定为盗图，但图片上不应有其他平台的水印；对于非原创图片，请卖家保留图片合法使用的相关证明。



## 举报盗取图片或商品信息以下两种情形：

1. 单品盗取图片或商品信息：举报同一店铺盗取图片或商品信息商品数量少于 30 个

处理办法：首次被举报的卖家需在 7 个自然日内进行整改，首次被举报且逾期未整改的店铺或第二次被举报的店铺将被冻结 15 天，15 天冻结期内仍未完成整改或第三次被举报的店铺将被永久冻结。

2. 全店盗取图片或商品信息：举报同一店铺盗取图片或商品信息商品数量等于或多于 30 个

处理办法：首次被举报的卖家需在 7 个自然日内进行整改，首次被举报且逾期未整改的店铺或第二次被举报的店铺将被冻结 30 天，30 天冻结期内仍未完成整改或第三次被举报的店铺将被永久冻结。

### 1.1.7 商品标题不能带有 shopee 活动相关关键词

市场	泰国、新加坡	菲律宾	马来西亚、印尼、越南
违反规则的商品	商品标题中带有"Big sale 11.11", "11.11 Big sale", "< Shopee 12.12 > ", "< Shopee 11.11 > ", "Shopee 9.9 ", 等关键词	商品标题中带有"Big sale 11.11", "11.11 Big sale", "< Shopee 12.12 > ", "< Shopee 11.11 > ", "Shopee 9.9 "等关键词.	商品标题中带有"Big sale 11.11", "11.11 Big sale", "< Shopee 12.12 > ", "< Shopee 11.11 > ", "Shopee 9.9 ",等关键词 <b>且并没有实际商品</b> （见下图）
处理方法	下架该商品	删除该商品	删除该商品

### 1.1.8 成人用品上架规范及处理办法

若卖家售卖成人用品或内衣/睡衣/胸贴/泳衣等，上架刊登时未按照以下要求上架，将会受到相应惩罚。

成人用品或内衣/睡衣上架刊登要求：

1.一般情趣用品、充气娃娃等成人用品应放置在成人/限制级专区品类下。若卖家未将上述商品放到规定的品类中，将会被直接删除并产生扣分。

2.一般情趣用品、充气娃娃等成人用品上架刊登要求

- 1) 所有成人用品都应属于成人品类
- 2) 成人产品的第一张图片只应展示产品本身（包括包装）；不应包括人体模型或产品用法
- 3) 对于所有图像，模型/模特不能有性暗示动作或行为



- 4) 对于所有图像，不允许演示使用性玩具
  - 5) 对于所有图像，不允许裸露（无论人体模型或玩偶），尤其是私人部位
- 若卖家违反以上刊登要求，将会被直接删除并产生罚分。

### 3. 内衣/睡衣/胸贴/泳衣上架刊登要求

- 1) 模特/模型可以作为第一张图片
- 2) 对于所有图像，禁止有性暗示姿势。性暗示姿势指的是：刻意翘臀、吐舌、触摸性器官、张腿、性行为姿势、勃起等。不合格的商品将会被直接删除并产生罚分。
- 3) 不允许包含裸露（无论人体模型或玩偶），尤其是私人部位。包含真人及非真人三点、性特征、股沟、激凸、整个胸部、露毛等，用手遮点、用手遮挡也不允许。不合格的商品将会被直接删除并产生罚分。
- 4) 模特图片透过修图/马赛克/胸贴等遮蔽上述部位时，注意务必把整个部位完全遮盖，且商品只能放置成人专区，类别不符合规定的商品，将被暂时下架，若再次上传仍错误将会被删除并产生罚分。

即刻生效			
站点	情趣玩具-未设置在成人品类	情趣玩具-不符合规范	时尚类产品-不符合规范
新加坡	删除，视作违禁品处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求的当做违禁品删除处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求则删除产品 (不计入积分惩罚)
马来西亚	删除，视作违禁品处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求的当做违禁品删除处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求则删除产品 (不计入积分惩罚)
印尼	无成人品类	删除，视作违禁品处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求则删除产品 (不计入积分惩罚)
台湾	删除，视作违禁品处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求的当做违禁品删除处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求则删除产品 (不计入积分惩罚)
越南	无成人品类	删除，视作违禁品处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求则删除产品 (不计入积分惩罚)
泰国	无成人品类	删除，视作违禁品处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求则删除产品 (不计入积分惩罚)
菲律宾	删除，视作违禁品处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求的当做违禁品删除处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求则删除产品 (不计入积分惩罚)
2018-8-13开始(随各站点规则调整生效时间)			
站点	情趣玩具-未设置在成人品类	情趣玩具-不符合规范	时尚类产品-不符合规范
全部站点	删除，视作违禁品处理	删除，视作违禁品处理	禁售 (Ban)；重新修改提交后仍不符合要求的当做违禁品删除处理

## 1.2 卖家发货情况

### 1.2.1 DTS (卖家备货时长)设置

DTS 天数卖家可以设置为 2 或 5-10 天 (台湾站点卖家可以设置 3 或 5-10 天)

DTS 天数设置为 5-10 天的商品为预售商品

## 1.2.2 迟发货率

迟发货率=前三十天迟发货的订单量/前三十天发货的总订单量

迟发货订单计算：DTS (工作日)+2 个自然日未到仓扫描的订单会被记为迟发货订单

注：物流时效豁免只针对 DTS 设置的工作日，+2/4(自然日)没有物流时效豁免。

## 1.2.3 订单未完成率

订单未完成率=未完成订单/(未完成订单+净订单)

### 1.2.3.1 未完成订单计算公式

新加坡、泰国、马来西亚、菲律宾、印尼市场：

未完成订单=卖家主动取消的订单+买家成功发起的退货退款订单+因卖家责任造成的自动取消订单+买家因“卖家责任”取消的订单

台湾、越南市场：

未完成订单=卖家主动取消的订单+买家成功发起的退货退款订单+因卖家责任造成的自动取消订单

自动取消订单计算：

DTS (工作日)+2 个自然日未点击发货的订单会被记为自动取消订单

DTS (工作日)+4 个自然日未到仓扫描的订单会被记为自动取消订单

注：物流时效豁免只针对 DTS 设置的工作日，+2/4(自然日)没有物流时效豁免。

### 1.2.3.2 各市场迟发货率和订单未完成率标准

#### 台湾市场

计分项目	标准 1	计分
未完成订单率	$\geq 10\%$	1
迟发货率	$\geq 10\%$	1

计分项目	标准 2	计分
未完成订单率	未完成订单 $\geq 15$ 单且 $\geq 10\%$	2
迟发货率	迟发货订单 $\geq 30$ 单且 $\geq 10\%$	2

### 菲律宾市场

计分项目	标准 1	计分
未完成订单率	$\geq 15\%$	1
迟发货率	$\geq 15\%$	1

计分项目	标准 2	计分
未完成订单率	未完成订单 $\geq 50$ 单且 $\geq 15\%$	2
迟发货率	迟发货订单 $\geq 60$ 单且 $\geq 15\%$	2

### 越南市场

计分项目	标准 1	计分
未完成订单率	$\geq 10\%$	1
迟发货率	$\geq 10\%$	1

计分项目	标准 2	计分
未完成订单率	未完成订单 $\geq 30$ 单且 $\geq 10\%$	2
迟发货率	迟发货订单 $\geq 30$ 单且 $\geq 10\%$	2

### 新加坡市场

计分项目	标准 1	计分
未完成订单率	$\geq 10\%$	1
迟发货率	$\geq 10\%$	1

计分项目	标准 2	计分
未完成订单率	未完成订单 $\geq 30$ 单且 $\geq 10\%$	2
迟发货率	迟发货订单 $\geq 50$ 单且 $\geq 10\%$	2

### 马来西亚市场

计分项目	标准 1	计分
未完成订单率	$\geq 10\%$	1
迟发货率	$\geq 15\%$	1

计分项目	标准 2	计分
未完成订单率	未完成订单 $\geq 30$ 单且 $\geq 10\%$	2
迟发货率	迟发货订单 $\geq 50$ 单且 $\geq 15\%$	2

## 印尼市场

计分项目	标准 1	计分
未完成订单率	$\geq 10\%$	1
迟发货率	$\geq 10\%$	1

计分项目	标准 2	计分
未完成订单率	未完成订单 $\geq 30$ 单且 $\geq 10\%$	2
迟发货率	迟发货订单 $\geq 50$ 单且 $\geq 10\%$	2

## 泰国市场

计分项目	标准 1	计分
未完成订单率	$\geq 10\%$	1
迟发货率	$\geq 10\%$	1

计分项目	标准 2	计分
未完成订单率	未完成订单 $\geq 30$ 单且 $\geq 10\%$	2
迟发货率	迟发货订单 $\geq 50$ 单且 $\geq 10\%$	2

## 1.3 上架商品数量限制

### 1.3.1 各市场上架商品数量限制

#### 1.3.1.1 印尼市场

	所有跨境卖家	优选卖家	商城卖家
卖场商品数量上限	10000	10000	50000

### 1.3.1.2 台湾市场

店铺类型	标准	上架商品数量上限
成长店铺	开店时间<30 天或过去 30 天完成不同买家订单数<20 单的店铺	1000
有潜力店铺	开店时间>=30 天并且过去 30 天完成不同买家订单数>=20 单的店铺	3000
有经验店铺	开店时间>=30 天并且过去 30 天完成不同买家订单数>=40 单的店铺	5000
优选店铺	获得优选卖家资质的店铺	10000
商城店铺	获得商城卖家资质的店铺	20000

注：

计算卖家店铺过去 30 天完成不同买家订单数时，会将一店通（SIP 店铺）的订单计入台湾店铺

### 1.3.1.3 其他市场上架商品数量限制

店铺类型	标准	上架商品数量上限
成长店铺	开店时间<30 天或累计完成不同买家订单数<5 单的店铺	1000
有潜力店铺	开店时间>=30 天并且累计完成不同买家订单数>=5 单的店铺	3000
有经验店铺	开店时间>=30 天并且累计完成不同买家订单数>=100 单的店铺	5000
优选店铺	获得优选卖家资质的店铺	10000
商城店铺	获得商城卖家资质的店铺	20000

### 1.3.3 非商城/非优选卖家预售商品数量超过要求

若预售商品个数超过 100 个（包含 100 个）并且预售商品占比高于一定标准，则该店铺上架商品数量上限为 500 个（马来西亚站点为 1000 个）。超出部分将被系统自动隐藏，且卖家无法上传新商品。

市场	预售商品占比	预售商品数量	惩罚方式
越南	>=20%	>=100	仅 500 个商品可以上架
泰国	>=20%	>=100	仅 500 个商品可以上架
马来西亚	>=20%	>=100	仅 1000 个商品可以上架
新加坡	>=20%	>=100	仅 500 个商品可以上架
菲律宾	>=20%	>=100	仅 500 个商品可以上架
台湾	>=40%	>=100	仅 500 个商品可以上架
印尼	>=20%	>=100	仅 500 个商品可以上架

因店铺预售商品过多导致的店铺商品数量限制每次持续一周，若第二周周一新计算出的卖家预售商品个数或占比下降至标准以下，则从当周周二开始，店铺商品数量限制取消，被隐藏的商品请卖家自行操作恢复。

### 1.3.4 违反上架规则罚分累计到达一定程度

	违反上架规则计分 $\geq 3$	违反上架规则计分 $\geq 6$
台湾市场	1000	500
马来西亚市场	500	100
非台湾/印尼/马来市场	200	50
印尼市场	当店铺违反上架规则计分达到 3/6/9/12 分的时候，允许卖家展示 100 个商品	

上架商品数量限制每次持续 28 天，若在 28 天内累计的惩罚计分增加并且进入下一范围，则惩罚会相应升级。

## 1.4 客户服务

### 1.4.1 与买家沟通中不当言语及行为

与买家沟通中不当言语及行为	计分
过去 7 天卖家因自身因素通过聊聊请买家取消订单	2
过去 7 天在商品评论中使用辱骂性话语回复买家	2
过去 7 天在聊聊中使用辱骂性话语回复买家	2
过去 30 天订单数 $\geq 10$ , 并且聊聊回复率 $\leq 20\%$	1

注：

1.卖家因素指：商品缺货、商品损坏、价格设定错误等状况。但若为合理说明性质或非卖家自身的问题，且可以从聊聊信息中判断，卖家将不会被计分。

2.过去 7 天评论及聊聊中使用辱骂性话语的卖家将计 2 惩罚计分。若为优选卖家，同时将移除优选卖家资格。

### 1.4.2 卖家引导买家至其他平台行为

Shopee 平台严禁卖家通过聊聊引导买家离开 Shopee 平台完成交易。一经发现此类行为卖家将会受到相应的惩罚。

### 行为 1:

卖家在聊聊中将同一消息重复发给多个买家

消息内容包含但不限于:

- 宣传该卖家其他平台上的商品或服务
- 将买家引导至其他网站
- 发送与 Shopee 无关的信息
- 传播卖家个人联系方式且没有明确在 Shopee 平台销售意图

一经发现存在该行为的卖家店铺将会被关店。

### 行为 2:

卖家在聊聊中多次提及并意图将买家引导至其他平台

若卖家第一次被发现存在该类行为将会被警告；若卖家第二次被发现存在该类行为将会被关店。

### 申诉条件及方法:

行为 1:

- 1.若卖家需要申诉或第一次违规且态度良好积极改正并**承诺不再做此类违规行为**，卖家可通过客户经理申诉。若申诉成功卖家店铺将被恢复；若申诉未成功卖家的店铺将被继续关店。
- 2.若已经承诺不再违规但再次违规的卖家将不再具有申诉资格，此类卖家申诉将被拒绝。
- 3.若卖家被关店后仍有订单未完成想要监控订单并取回账款。可以联系所属的客户经理。

行为 2:

卖家店铺被关闭证明该卖家已经多次违规行为，卖家将不具有申诉资格，卖家申诉将被拒绝。

## 1.5 运输禁运品及运输违禁

### 1.5.1 卖家运输违禁商品行为

Shopee 物流将每天检查卖家运输禁运商品的情况，一旦发现有卖家寄运 A 类禁运商品**每个订单将计 3 分惩罚计分** (A 类禁运商品指导目录: [国家邮政局 公安部 国家安全部关于发布《禁止寄递物品管理规定》的通告](#))；若发现有卖家寄运 B 类禁运商品**5 个订单将计 1 分惩罚计分**。若海关和航空公司查为违禁品，将直接按照类别计分。

卖家运输违禁商品的申诉

- 若卖家运输的违禁商品被海关或航空公司查出，卖家不可以申诉
- 若卖家运输的违禁商品被 Shopee 仓库查出请联系您的客户经理申诉

- 卖家需要提供视频或图片证明运输的商品为非违禁商品
- 请卖家务必在客户经理通知的申诉时间内申诉，超过申诉时间的申诉将不被受理
- 禁运品 B 类订单累计数量会于每季度末清零

### 1.5.2 卖家运输空包裹或与订单不符商品行为

Shopee 物流将每天检查卖家运输商品的情况。若发现卖家运输空包裹或运输与订单不符的商品单次达到一定数量，将对卖家进行如下处理：

	违反规则	严重违反规则
初次	警告	冻结店铺 28 天或关店
第二次	冻结店铺 28 天	关店
第三次	关店	-

卖家店铺在接受以上惩罚的同时将接受调查运输空包裹或与订单不符的商品原因，如若发现刷单等欺诈或滥用行为，将受到相应处罚。

注：若卖家可以提供证据证明未违反上述规则，请务必在客户经理通知的保存期内提出异议。超过保存期后，包裹将被做销毁处理。

## 1.6 惩罚积分系统

- 每周一会根据上周违规情况计入新的惩罚分数,并与该季度已有惩罚分数进行累计;
- 每个季度(1/4/7/10 月)的第一个周一,会清零上一季度的惩罚分数，惩罚天数不会清零

卖家在一个季度内所获得的积分达到 3/6/9/12/15 分之后，将会获得下表所示相应积分对应的惩罚；优选卖家在惩罚积分达到 3 分之后，会被取消优选卖家标识。

累计惩罚分数	3	6	9	12	15
惩罚级别	1 级	2 级	3 级	4 级	5 级
禁止参加 Shopee 主题活动(28 天)	√	√	√	√	√
无法享有 Shopee 运费或者活动补助 (28 天)		√	√	√	√
商品将不会出现在浏览页面中 (28 天)		√	√	√	√
商品将不会出现在搜索结果中 (28 天)			√	√	√
不允许创建/修改商品 (更改库存除外) (28 天)				√	√
冻结账户 (28 天)					√



举例：

卖家 A 在第一季度第 3 周得到了 3 个惩罚计分，所以禁止参加 Shopee 主题活动 28 天。卖家在第一季度第 7 周会重新获得参加活动的权利，惩罚积分在下个季度的第一个周的周一清零。

卖家 B 在第一季度第 3 周得到了 3 个惩罚计分，所以禁止参加 Shopee 主题活动 28 天。卖家 B 没有提升自己的运营表现并在第 5 周又得到了 3 个惩罚计分，卖家 B 除了不允许参加 Shopee 主题活动惩罚，接下来 28 天也不会得到运费补贴。卖家 B 在第 9 周会重新获得参加活动和运费补贴的权利，惩罚计分在下个季度的第一个周的周一清零。

在惩罚计分系统保持良好记录的方法：

- 1.经常更新店铺库存，以避免库存不足的情况发生
- 2.在承诺发货日期内发出所有的订单
- 3.打包订单时仔细些，以避免运输错误或者运输损坏情况的发生
- 4.准确描述自己的商品，以避免歧义从而减少不必要的退款请求
- 5.每周在卖家中心查看“我的表现”，如果有超标项目，立刻采取行动以避免惩罚加重

## 2. 各市场适用的政策

### 2.1 台湾市场适用政策

#### 2.1.1 台湾市场超过一定订单价值不支持店配渠道

台湾市场门市无法代收超过两万元新台币的货款。价值超过两万新台币的订单，请卖家不要选择店配渠道，若已经下单请取消订单重新选择宅配渠道。

#### 2.1.2 商城和优选卖家订单拨款政策

##### 1. 买家确认收货

自买家确认收货当天开始，优选卖家和商城卖家的订单会分别有 7 天及 15 天的鉴赏期，在鉴赏期到期之后，相应的订单才会进入到可打款状态，则 Shopee 会在相应的打款周期拨款至卖家

##### 2. 买家一直未确认收货，系统自动确认收货

若买家收到货物后一直未确认收货，则需等到 7 天或 15 天（优选卖家或商城卖家订单系统自动确认收货时间）后系统自动确认收货后，优选卖家和商城卖家的订单会分别进入 7 天及 15 天的

鉴赏期，在鉴赏期到期之后，相应的订单才会进入到可打款状态，则 Shopee 会在相应的打款周期拨款至卖家

示例：

买家 A 与 2019 年 1 月 1 日在商城卖家店铺中购买了产品，2019 年 1 月 10 日买家收到了产品

(1) 买家在 2019 年 1 月 12 日确认收货，则自 1 月 12 日算起 15 天之后，即 1 月 26 日便会结束鉴赏期，该订单也会进入到可打款状态，Shopee 会在相应的打款周期拨款至卖家；

(2) 买家一直未确认收货，则系统会在 15 天之后即 2019 年 1 月 24 日自动确认收货，随即该订单开始进入商城卖家订单 15 天的鉴赏期，直至 2019 年 2 月 7 日结束鉴赏期，该订单便会进入到可打款状态，Shopee 会在相应的打款周期拨款至卖家；

**注：**普通卖家订单不受 7 天和 15 天鉴赏期的限制，买家确认收货或收到货物 1 天之后系统自动确认收货后，订单就会进入可打款状态，并会在相应的打款周期拨款至卖家。

### 2.1.3 清理无效刊登商品

为了集中流量，提高有效商品刊登的转化率，促进店铺订单增长，台湾市场将会清理无效刊登商品。若商品刊登超过 75 天且没有完成任何订单，该商品将被系统自动下架处理。

### 2.1.4 滥用平台资源行为

若卖家被发现有以下滥用平台资源行为将会受到相应的惩罚。

滥用行为	惩罚计分
被系统侦测到的滥用行为	1
查实刷单、自买自卖行为	账户永久性冻结
查实滥用折扣代码行为	账户永久性冻结
假一赔二案成立/Shopee 抽查确实为假货、仿品	15
系统侦测到卖家未填订单号点击发货或伪造/错误的物流单号	3

注：若过去 7 天内  $\geq 3$  单且  $\geq 50\%$  的订单被系统侦测到卖家未填订单号点击发货或伪造/错误的物流单号，将计 3 分惩罚计分。

### 2.1.5 鉴赏期相关规定

依据台湾地区规定，消费者在收到商品或接受服务后 7/15 天内，以退回商品或书面通知的方式解除契约，无须说明理由及负担任何费用或对价。

- 普通卖家(非商城/非优选卖家)鉴赏期为 7 天
- 优选卖家鉴赏期为 7 天
- 商城卖家鉴赏期为 15 天

若卖家在**商品描述**、**卖场介绍**、**聊天内容**向消费者传达违反鉴赏期规范的内容，将计 2 分惩罚计分。因商品描述违规的商品将被删除。

违规类型	违反内容举例	处理方法
商品描述	包括但不限于以下情况： 1.鉴赏期(7 天/15 天)拒绝退货 2.鉴赏期内要求买家自行承担退货运费 3.聊天/描述/介绍内容包含不提供或错误的退货信息	每周依据过去 7 天的记录，任意一项记录违规将计 2 分惩罚计分。因商品描述违规的商品将被删除。
卖场介绍		
聊天内容		

**但以下情形经事先告知（卖家告知消费者）后例外不适用：**

1. 易于腐败、保存期限较短或解约时即将逾期的商品
2. 依消费者要求所做的定制化商品
3. 报纸、期刊或杂志
4. 经消费者拆封的影音商品或电脑软体
5. 经消费者事先同意开始提供的非以有形媒介提供的数位内容或一经提供即为完成的线上服务
6. 已拆封的个人卫生用品
7. 国际航空客运服务

若卖家售卖的商品属于以上不适用于 7 天鉴赏期的商品，根据规定，请卖家事先于商品页面(非卖场介绍)上说明以告知消费者，若事先未说明则无法认定为不适用，请卖家务必注意。

若卖家遇到买家退货商品有使用痕迹或需酌情收费用才可还原商品的情形，卖家可与买家协商商品整新费用等必要支出。

注：鉴赏期的算法是从收到商品的隔天开始算，且包含节假日。若鉴赏期最后一天是节假日，将顺延至下一个工作日。节假日定义包括星期日与台湾地区规定假日。

例如：假设为七天鉴赏期，鉴赏期的第七天是星期日，将顺延至下个星期一。

## **2.2 印尼市场适用政策**

### **2.2.1 印尼市场禁止卖家快速上传**

需要卖家将 ERP 的上传速度调成一分钟 5 个 SKU 之内即可避免，大于这个上传速度就会被冻结。

### **2.2.2 印尼市场 SLS 下单限额下调至 75 美金**

由于印尼海关收税限制，印尼 SLS 渠道调整买家下单的最大限额从 100 美元降低至 75 美元。

### **2.2.3 印尼市场卖家设置虚假退货地址**

卖家不应向买家恶意提供虚假的退货地址以避免买家提出退货要求。

## **2.3 泰国市场适用政策**

### **2.3.1 泰国市场赠品需要标注**

如果卖家的任何产品有赠送品，需要在产品名称和产品信息说明（两个地方）标注赠品名称，并上传有赠品的图片。否则将会被直接删掉产品。

### **2.3.2 泰国市场部分美容商品禁售**

泰国站点美容工具（beauty tools）品类下，使用激光或针进行美容的商品将被认为是医疗用品，禁止上传并售卖。具体例如：IPL 射频美容仪/微针滚轮美容仪。其他未使用激光或针进行美容的商品不受影响。

## **2.4 新加坡市场适用政策**

### **2.4.1 新加坡市场部分商品需要安全认证标志 (Safety Mark)**

目前新加坡市场部分商品被要求提供安全认证标准(Safety Mark)，对于未能提供安全认证标准的商品禁止在新加坡市场继续售卖。新加坡政府一直在监管需要安全认证标准的商品，若发现 Shopee 平台有售卖此类商品，但没有安全认证标准会要求 Shopee 平台下架该商品。自 2019 年 4 月 9 日起，被新加坡政府查为需要提供安全认证标准的商品，若没有安全认证标准将会被 Shopee 平台直接删除但不会产生罚分。

## 2.5 越南市场适用政策

### 2.5.1 越南市场禁止卖家自设活动折扣低于 5 折

越南规定，促销商品和服务的最高折扣额不得超过促销期之前此类商品或服务价格的 50%。根据该条规定，Shopee 平台要求卖家自行设置的活动折扣不得低于 5 折。若卖家自行设置的活动折扣低于 5 折，该商品将会被暂时下架。卖家可以通过调整商品折扣或取消活动来恢复商品。

若卖家自行设置的活动折扣低于 5 折的商品数量为 100 个及以上，卖家店铺将会被暂时冻结。卖家需要将所有商品的折扣调整或取消活动之后，可以通过 SMT 申请解冻店铺。

例如：商品 A 在越南站点的售价为 100，卖家想要打折销售该商品。若该商品折后价格为 40（4 折），该商品将会被暂时下架。若该商品折后价格为 70（7 折），该商品符合折扣标准，可以正常售卖。

注：平台设置的活动不受此条政策的影响。

### 2.5.2 越南市场禁止避开敏感词汇刊登违禁品

越南严查销售违禁品，Shopee 平台发现个别卖家刻意避开敏感性词汇（如：枪支，弹药等）刊登武器等越南政府禁止销售的商品。该行为会给平台带来非常严重的影响，请卖家予以重视！若有卖家被查出刻意避开敏感词汇刊登违禁品，将被永久性封店。

注：以上违禁品指的是越南政府禁止销售的商品，不包含部分化妆品等禁运商品。

### 2.5.3 越南市场货到付款订单取消规则

因越南市场“货到付款”订单不取率过高。为了减少卖家损失，越南市场“货到付款”订单在未到 SLS 转运仓被扫描（货态变为“pickup\_done”）之前，买家端提出的取消订单申请将会被自动批准通过。退回的包裹将会采用邮费到付的方式寄回卖家退货仓库。

### 2.5.4 越南市场“我的促销活动”报名注意事项

为了提升买家在 Shopee 平台的购物体验，越南站点规定卖家在卖家中心“我的促销活动”中申报活动的时候，需要确保申报活动的商品有充足的库存并且保证价格设置无误。若卖家申报活动的商品由于库存不足或价格设置错误导致订单取消，该卖家店铺将被冻结 7 天。

### 2.5.5 越南市场商品刊登要求

1. 越南市场禁止售卖任何类型的迷你照相机。若卖家刊登了此类商品，该商品将被删除并产生惩罚计分。

禁止售卖偷拍相机例如：

1) 便携式录音偷拍相机笔



2) 迷你手持相机



2. 若卖家可以为买家提供保修服务，请卖家提供在越南境内可以使用的保修服务。卖家需要将保修文件按照图片的形式上传至产品图片，以便买家使用。在没有有效保修服务的情况下，卖家在



商品说明中展示有保修服务是误导买家的行为。卖家不应在商品描述或属性中包含保修服务信息，所有带保修服务信息的商品将被删除并产生惩罚计分。

3. 禁止卖家刊登“重新发货 (Resend)”收取邮费的虚拟商品。若卖家刊登此类商品被 Shopee 平台查出，第一次将删除这个虚拟商品并产生惩罚计分；第二次将该店铺冻结 2 周。

### **2.5.6 越南市场卖家取消订单异常处理**

越南市场有些卖家一天内大量取消订单或取消参加活动商品订单，给买家带来很不好的购物体验。因此，Shopee 平台规定若卖家出现下列行为将会受到惩罚。

若卖家第一次出现下列行为中任意一种，将会被冻结店铺 7 天且禁止参加活动 1 个月。

- 1.一天内因卖家原因取消普通订单（不包含参加活动商品订单）数量较多；
- 2.一天内因卖家原因取消的参与活动商品订单达到一定数量

若卖家第二次或多次出现上述两种行为中任意一种，将会被冻结店铺更长的时间且禁止参加活动。卖家需要联系客户经理申请解冻店铺。

### **2.5.7 越南市场刊登商品不允许使用中文**

越南市场规定，卖家在 Shopee 平台刊登商品的时候不可以使用中文。

商品刊登不可以显示中文包括但不限于：

- 1.商品图片背景
- 2.商品名称
- 3.商品简介
- 4.商品尺寸表
- 5.商品属性

注：商品包装带有中文字样是可以的。

若商品刊登使用了中文，该商品将会被暂时下架。在修改之后，商品将会被重新审核。若审核通过将会被恢复刊登，若审核不通过将会被继续下架。现有的刊登商品不需要主动修改，但若卖家需要对现有刊登商品修改时，则需要修改中文。

## 3. 店铺管理政策

### 3.1 开店名称设置要求

禁止卖家开店起名时用与 “Shopee ”, “ 虾皮 ” 等相关官方字样。

示例: Shopeee

### 3.2 定期清理不活跃店铺规则

Shopee 平台每两周清理一次所有过去 30 天无有效出单且超过开店限制的店铺。

注: 被取消的订单不算有效出单

### 3.3 定期清理不活跃账号规则

Shopee 平台每月清理一次不活跃卖家账号, 将通过邮件提醒不活跃卖家登录卖家中心。若卖家经提醒在次月 1 日前登录卖家中心将不会被删除; 若卖家没有登录卖家中心账户将会被删除。

注: 不活跃卖家定义: 过去两年内未登录过卖家中心, 且过去两年内未出过单的卖家

## 4. Shopee 平台交易政策

### 4.1 Shopee 支付方案简介

为了给 Shopee 平台买家及卖家提供安全的支付环境, Shopee 承诺:

- (1) 平台各站点在当地拥有完善的收款方案;
- (2) 启动支付保障, 对货款进行托管, 交易成功后将货款及运费补贴打款至卖家;
- (3) 通过第三方支付合作商打款给卖家;



常见问题:

#### 1.Shopee 跨境卖家支付解决方案



Shopee 启动第三方支付保障对货款进行托管，交易成功后支付合作商 Payoneer、PingPong 或 LianLian Pay 会将货款及运费补贴打款至卖家账户。

## **2.平台是通过什么打款的？**

若卖家已在后台绑定 Payoneer、PingPong 或 LianLian Pay 收款账户，那么平台会通过卖家绑定的相应的第三方支付商给卖家进行每个周期的货款结算。

## **3.打款周期和频率是怎样的？打款是否有最低金额限制？**

Shopee 每月会在月中以及月末进行两次打款，并且没有最低打款金额限制。

## **4.Shopee 平台各站点打款是什么货币进行结算？**

目前，新加坡站点打款币种为 SGB，越南站点打款币种为 VND，其他所有站点均为 USD；印尼站点打款，Payoneer 自 2019 年 7 月第一个打款周期起；PingPong 以及 LianLian Pay 自 2019 年 6 月第二个打款周期起，打款币种将会由目前的 USD 变更为 IDR（印尼盾）给卖家打款。

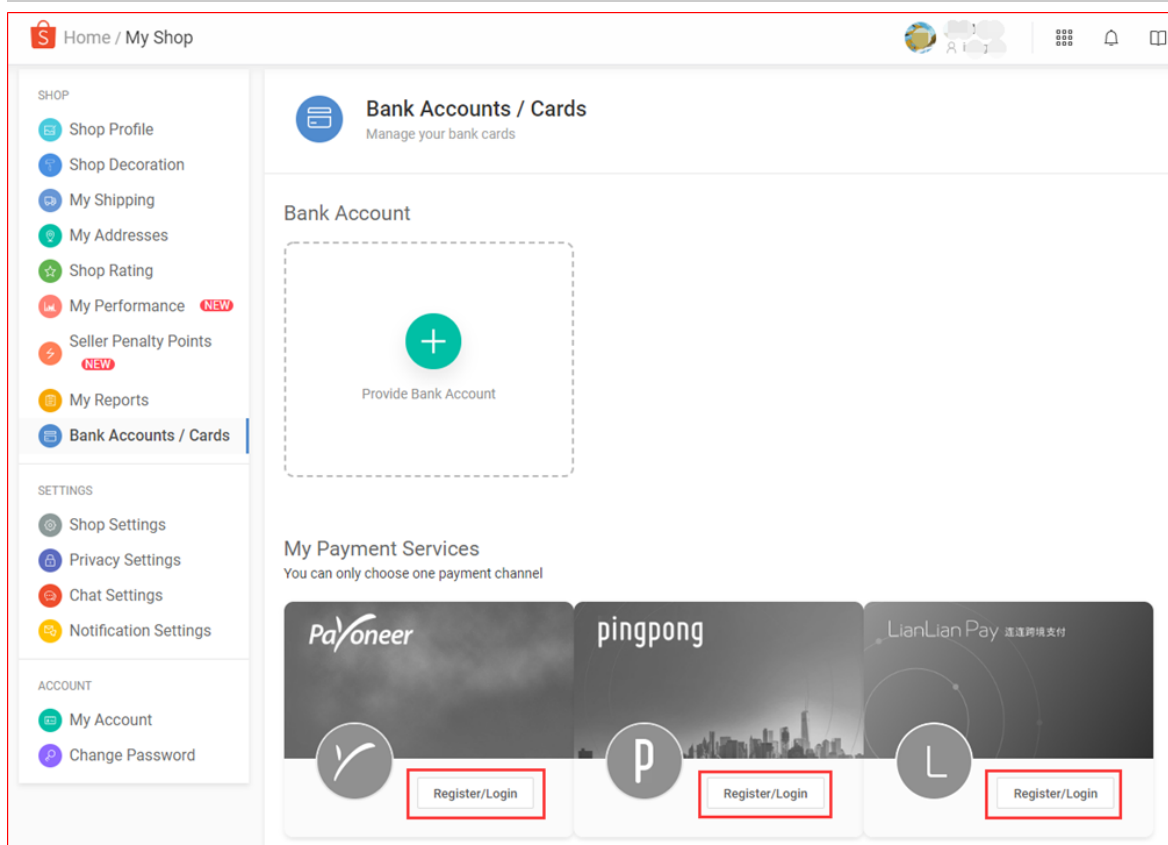
## **4.2 绑定收款账户**

为了便于卖家接收销售货款，Shopee 平台的卖家需要在卖家后台中心绑定收款账户，目前 Shopee 平台支持 Payoneer、PingPong 以及 LianLian Pay 第三方支付服务商，卖家可参考以下步骤进行账户绑定：

### **4.2.1 尚未注册任何收款账户**

卖家可在卖家中心直接进行注册，具体步骤如下：

登陆卖家后台中心，点击我的钱包（My Wallet），点击 Payoneer、PingPong 或者 LianLian Pay 卡片上的注册/登陆（Register/Login）按钮，页面会跳转至相应官网，卖家根据提示按步骤进行操作即可进行账户申请。



#### 4.2.2 已有 Payoneer、Pingong 或 LianLian Pay 账户

卖家可以直接在卖家中心绑定账户，具体操作步骤如下：

登陆卖家后台中心，点击我的钱包（My Wallet），点击 Payoneer、PingPong 或 LianLian Pay 卡片上的注册/登陆（Register/Login）按钮，选择右上角的‘已有有 Payoneer 派安盈账户’、‘我已有 PingPong，立即登陆绑定’或‘已有账号，立即登录’，然后根据操作提示输入相关信息。

提交信息之后需要 1-2 天审核时间，审核通过之后，绑定的账户卡片图标会显示已激活（Active），卖家即可正常使用该账户接收 Shopee 打款。

##### 常见问题：

##### 1.后台绑定的收款账户必须为公司账户吗？能否绑定私人账户？可以随时更换绑定账户吗？

Shopee 对卖家后台绑定的收款账户没有账户类型限制，公司账户或私人账户均可。

在保证账户安全的条件下，卖家可根据自身情况随时更换绑定的账户。

需要提醒您的是：为了提升卖家账户安全，卖家在后台绑定或更换绑定账户时需要不同于店铺登陆密码的独立密码，卖家可联系所属客户经理协助获得该独立密码。

##### 2.店铺已绑定 Payoneer、PingPong 或 LianLian Pay 账户，但是一直提醒需要绑定银行卡（Add Bank Account）。

添加银行卡均只针对各站点当地卖家，跨境卖家无需任何操作。

## 4.3 佣金及交易手续费

### 4.3.1 Shopee 平台佣金收取政策

2019 年 Shopee 平台佣金费率表									
	等级	上月已完成订单总金额 (不含订单运费)	台湾	印尼	马来西亚	新加坡	泰国	越南	菲律宾
佣金费率	1 级	>=100 万美金	5%						
	2 级	>=50 万美金	5.5%						
	3 级	<50 万美金	6%						
<b>注：</b> 1.上月已完成订单总金额（不包含订单运费）为佣金收取基数； 2.收取佣金的费率适用于下一个月 16 号开始后的一个月；									
<b>示例：</b> 经计算，卖家 A 2019 年 7 月已完成订单总金额为 120 万美金，则 2019 年 8 月 16 日-9 月 15 日的佣金费率为 5%；2019 年 7 月已完成订单总金额为 95 万美金，则 2019 年 8 月 16 日-9 月 15 日佣金费率为 5.5%。									

收取佣金的订单：

- (1) 只针对完成的订单收取交易佣金（收取佣金的基数不包含订单运费）；
- (2) 如果订单取消将不收交易佣金；
- (3) 同一卖家在平台各站点的前三个月不收取该站点交易佣金。

注：Shopee 平台保留最终解释权，不排除收费项目和标准的调整，当前版本费率适用至 Shopee 平台发布新佣金费率时。

### 4.3.2 Shopee 平台新卖家免佣期计算规则

Shopee 向首次入驻平台的新卖家提供 3 个月的免佣期，新卖家各站点免佣时间开始计算以卖家在相应平台开设店铺的日期开始计算。

示例 1：

卖家 A 在新加坡站点开设店铺日期为 7 月 1 日，则该新加坡站点的店铺会于 10 月 1 日开始被收取佣金；

示例 2：

卖家 A 在马来西亚开设店铺日期为 9 月 1 日，则该马来西亚站点的店铺会于 12 月 1 日开始被收取佣金。

### 4.3.3 交易手续费

Shopee 平台于 2019 年 1 月 1 日开始对卖家收取 2% 的交易手续费，该费用实际为需要支付给交易清算服务商的手续费，此前该部分费用一直由 Shopee 承担。

#### 交易手续费收取标准：

- (1) 手续费收取比例为 2%；
- (2) 针对已完成订单（货到付款以及非货到付款订单均会被收取）；
- (3) 针对订单金额（包括买家支付运费）收取手续费；
- (4) 该手续费与平台佣金相互独立。

### 4.4 超过退货保证期的退货处理方法

买家如果超过退货保证期想要发起退货退款需要提供充足的证据。各站点超过退货保证期可申请退货退款的买家条件：

站点	买家超过退货保证期申请退货退款条件
新加坡/马来西亚	只接受超过退货保证期 90 天内，且第一次超过退货保证期发起退货退款的买家
台湾	只接受超过退货保证期 7 天内的退货退款
越南	只接受假货或仿品等超过退货保证期的退货退款
菲律宾	只接受超过退货保证期 24 小时内的退货退款
泰国/印尼	买家直接与卖家沟通，当买家联系不到卖家或有强烈的退货退款需求，客服会介入处理

若超过退货保证期买家向卖家提出退货退款后 2 个工作日内卖家给出答复，将根据卖家答复结果按照退货退款流程处理。

若超过退货保证期买家向卖家提出退货退款后 **2 个工作日内卖家没有回复**买家的需求，且退货退款的商品价值**等于或低于 5 美金**，Shopee 当地客服将核实买家是否有退货退款资质。若买家符合发起退货退款条件且具有退货退款资质，将直接退款给买家并以邮件的形式通知卖家。若买家不符合退货退款条件或不具有退货退款资质，将拒绝买家发起的退货退款。

若超过退货保证期买家向卖家提出退货退款后 **2 个工作日内卖家没有回复**买家的需求，且退货退款的商品价值**高于 5 美金**，Shopee 深圳跨境客服会尝试联系卖家。若在 Shopee 深圳跨境客服联系卖家起 2 个工作日内卖家仍没有答复，将会默认卖家接受退货退款；若在 Shopee 深圳跨境客服联系卖家起 2 个工作日内卖家给出答复，将根据卖家答复结果按照退货退款流程处理。

## 5. SLS 物流相关政策

### 5.1 各市场买家不取订单处理办法

#### 5.1.1 台湾市场

由于买家未取而退回的店配和宅配包裹，若订单金额在 20 美金及以上，Shopee 平台将为卖家提供免费退货服务，若订单低于 20USD 的包裹目前不提供退货服务。

买家 30 天内超过 2 次 COD 未取，买家会被自动取消 COD 资格，并且 90 天内没有再次开启 COD 的权限。

#### 5.1.2 印尼、泰国、越南市场

印尼、泰国、越南站点“货到付款”订单金额在 20 美金以上，由买家不取造成退回的订单，暂时免收 8 美金退货费用免费退回中国大陆。“货到付款”订单金额在 20 美金以下，由买家不取造成退回的订单，将不提供退回服务由 Shopee 平台统一处理。若有变动将另行通知。

#### 5.1.3 菲律宾市场

因买家未取在系统中显示为自动取消订单		处理方法
订单包裹价值 < 750PHP		由 Shopee 平台处理
750PHP ≤ 订单包裹价值 < 3000PHP		免费退回至卖家
订单包裹价值 ≥ 3000PHP	所有商品价值 < 750PHP	免费退回至卖家
	至少 1 件商品价值 ≥ 750PHP	价值 ≥ 750PHP 的商品将会在新的店铺中二次销售 价值 < 750PHP 的商品将由 Shopee 平台处理

例如：菲律宾站点卖家 A 的包裹价值 3100PHP。若该包裹中全部商品的单价均低于 750PHP，那么该包裹将免费退回至卖家。若该包裹中有 4 件商品的单价为 750PHP，1 件商品低于 750PHP，那么商品价值为 750PHP 的 4 件商品将会进行二次销售，剩下 1 件价值低于 750PHP 的商品将会由 Shopee 平台处理。

**高价值商品二次销售的详细信息如下：**

- 销售店铺：在专属的新店铺中统一进行二次销售
- 销售价格：商品在新店铺上架时的售价，与卖家原店铺售价一致

- 销售周期：从上架开始销售算起 4 周，4 周内成功售出的商品会将销售额打款给相应的卖家；4 周内未能成功售出的商品将视情况确定是否继续售卖一段时间或免费退至卖家
- 打款周期：每月一次成功二次销售产品的货款打款给卖家

注：

1. 发货不齐全的订单包裹将不会享受二次销售和退回政策。例如买家购买了 5 件商品，但卖家只发货了 4 件商品，一经发现该订单不论价值大小将由 Shopee 平台处理
2. 马来西亚市场和新加坡市场暂未开通货到付款服务

## 5.2 SLS 物流藏价工具表链接及运费

### 5.2.1 各市场藏价工具表链接

市场	链接	提取码
新加坡	<a href="https://pan.baidu.com/s/1J4lX_dYx4Kc6rANSjzJOtw">https://pan.baidu.com/s/1J4lX_dYx4Kc6rANSjzJOtw</a>	vsng
马来西亚	<a href="https://pan.baidu.com/s/1AiJ9d_JFyrzx-1KMnC2biA">https://pan.baidu.com/s/1AiJ9d_JFyrzx-1KMnC2biA</a>	2gg7
印尼	<a href="https://pan.baidu.com/s/1iJSoQkfUzYwtr_HuzwlSCA">https://pan.baidu.com/s/1iJSoQkfUzYwtr_HuzwlSCA</a>	eeu9
台湾	<a href="https://pan.baidu.com/s/1wUWQmZm868t-E0dnK2a9Lg">https://pan.baidu.com/s/1wUWQmZm868t-E0dnK2a9Lg</a>	不需要
泰国	<a href="https://pan.baidu.com/s/1pqyBo2jQFOg2qx8p1xmyxA">https://pan.baidu.com/s/1pqyBo2jQFOg2qx8p1xmyxA</a>	avtu
菲律宾	<a href="https://pan.baidu.com/s/1eShoLu5TlsWjrMrSlxbdhw">https://pan.baidu.com/s/1eShoLu5TlsWjrMrSlxbdhw</a>	gbmi
越南	<a href="https://pan.baidu.com/s/1eczSL2NY4UFzRiyJ3V00sQ">https://pan.baidu.com/s/1eczSL2NY4UFzRiyJ3V00sQ</a>	efq8

### 5.2.2 各市场 SLS 物流运费

各市场 SLS 物流运费请在《Shopee 平台跨境物流指引手册》中查看。

## 5.3 各市场运费补贴

Shopee 平台各站点运费补贴政策						
市场	物流渠道	*补贴政策	可选择的运费计算方法	产品价格	平台补贴	
新加坡	SLS-Standard Express	满 20 补 1	固定运费 1 新币	>=20 新币	1 新币	
	SLS-Standard Economy	免运费后无需补贴	固定运费 0 新币	0	0	
	LWE	满 20 补 2	按重量计算运费	>=20 新币	2 新币	
印尼	LWE	无运费补贴	按重量计算运费	无	无	
	CB Local warehouse	0min spend, 10k subsidy -- for SPX only 50k min spend, 20k subsidy -- for JNE, J&T, SPX 300k min spend, 50k subsidy -- for JNE, J&T, SPX		0	1w 印尼盾	
		SLS-Standar Ekspres		A 区: 满 9w 补 1w B 区: 满 9w 补 2w C 区: 满 9w 补 4w	5w/30w 印尼盾	2w/5w 印尼盾
	SLS-Premium Express		A 区: 满 9w 补 1.5w	>=9w 印尼盾	A 区: 1w 印尼盾 B 区: 2w 印尼盾 C 区: 4w 印尼盾	
					A 区: 1.5w 印尼盾	
	泰国	SLS - Standard express	满 150 补 30	固定运费 A&B 区: 30 泰铢 C 区: 230 泰铢	>=150 泰铢	30 泰铢
					<150 泰铢	0
SLS - Premium express DHL		满 150 补 40	固定运费 A 区: 90 / B 区: 100	>=150 泰铢	40 泰铢	
				<150 泰铢	0	
越南	VN SLS	河内地区: 满 99K 补贴 10K	固定运费: 河内地区: 10K 胡志明地区: 22K 其他北边地区: 20K 其他南边地区: 35K	>99K 越南盾	10K	
		胡志明地区: 满 99K 补贴 22K			22K	
		其他北边地区: 满 99K 补贴 20K			20K	
		其他南边地区: 满 99K 补贴 35K			35K	
台湾	TW	台湾站点目前无运费补贴				
菲律宾	PH SLS	满 300PHP 最高 20PHP	固定运费 A 区: 50/B 区: 80/C 区: 100	>=300 PHP	A 区/B 区/C 区:最高 20PHP	
		满 500PHP 包邮		>=500 PHP	A 区/B 区/C 区:50/60/100 PHP	
马来西亚	LWE	满 40 补 6	按重量计算运费	>=40 MYR	6 MYR	
	SLS	A 区: 满 40 补 3.5, 满 30 补 2	首重 0.01kg, 3.65 MYR; 续重 0.01kg, 0.15 MYR	>=40 MYR	3.8MYR	
		B 区: 满 40 补 4, 满 30 补 2	首重 0.01kg, 4.15 MYR; 续重 0.01kg, 0.15 MYR, 超过 1kg 部分, 每 0.25kg/1.5 MYR		2 MYR	
		C 区: 满 40 补 4, 满 30 补 2	首重 0.01kg, 4.15 MYR; 续重 0.01kg, 0.15 MYR, 超过 1kg 部分, 每 0.25kg/1.5 MYR			

## 6. 平台优选及商城卖家管理规则

### 6.1 优选卖家管理规则

	泰国	台湾	新加坡	马来西亚	印尼	越南	菲律宾
过去日历月最少净订单数	100	50	30	75	100	100	50
贡献订单量的最少买家数	15	25	10	35	25	50	30
最高订单未完成率	5%	5%	5%	5%	5%	5%	10%
最高迟发货率	5%	5%	5%	10%	5%	10%	10%
最低聊聊回复率	75%	80%	70%	70%	80%	80%	75%
最低店铺评分（实时）	4.5	4.8	4.6	4.6	4.5	4	4.5
预售商品最高占比	20%	50%	30%	5%	20%	20%	20%
最高卖家惩罚计分	0	0	0	0	0	0	0

#### 台湾市场要求:

1. 店铺开通信用卡付款;
2. 月度销售总额高于 30,000 新台币;
3. 店铺无任何侵权违规商品(如大牌卡通侵权);
4. 店铺提供 7 天鉴赏期

#### 菲律宾市场要求:

1. 店铺无假冒伪劣商品;
2. 店铺无欺诈行为

#### 新加坡市场要求:

1. 店铺无假冒伪劣商品;
2. 店铺内所有商品均为正品

**马来西亚市场和泰国市场要求:** 店铺无假冒伪劣商品



## 6.2 商城卖家管理规则

### 6.2.1 商城卖家评选及移除规则

#### 6.2.1.1 台湾市场

##### 台湾站点商城卖家要求



	定义	例子
国际品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 至少在两个国家开展业务</li> <li>■ 店铺以品牌命名，并授权使用品牌标志</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ L'Oreal, ASUS, Lenovo, Levi's</li> </ul>
本土品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 在台湾开展业务，产品在线下零售点（自营店/百货超市）出售，或销售于其他B2C平台（PChome, MOMO, Yahoo）</li> <li>■ 店铺以品牌命名，并授权使用品牌标志</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 東京著衣、Dr. Wu</li> </ul>
连锁零售商	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 至少在台湾有10家店铺，并且知名度高</li> <li>■ 在台湾有官方注册商标</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Watsons, Cosmed, Amart, Senao</li> </ul>
小型零售商	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 已获SCMs批准</li> <li>■ 在台湾至少有一个零售点，并有台湾官方注册商标</li> <li>■ 年收入达到三百万新台币</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 86小舖、Q哥、良興電子</li> </ul>
互联网零售商	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 已获SCMs批准</li> <li>■ 有潜力建立正式品牌</li> <li>■ 年收入达到三百万新台币</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ GOMAJI, 瘋狂賣客, 小宅女, 明洞姐</li> </ul>

台湾市场商城卖家移除规则：当季度扣分累积 6 分则移除商城资格

#### 6.2.1.2 越南市场

越南站点商城卖家要求		移除商城（个例逐案分析）	保留在商城
	定义	例子	
品牌所有者 (品牌)	全球品牌	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 该品牌至少存在于两个站点</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>■ <u>Pq_vietnam</u>, <u>bobby_officialstore</u></li></ul>	
	本土品牌	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 该品牌至少在一家线上/线下店铺有商标注册证</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Praza, hara.vn</li></ul>	
	百货超市品牌	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 该品牌至少在一家百货商店有商标注册证</li></ul>	
	超市品牌	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 该品牌至少在一家超市有商标注册证</li></ul>	
	知名人士店铺	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 该品牌由知名人士个人持有</li></ul>	
零售商 (非品牌)	超市/大卖场	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 超市/大卖场至少有一间实体店</li></ul>	
	线下/线上零售商	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 零售商至少在一家线上/线下店铺出售品牌产品</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Tinhocvienthong, mayhy</li></ul>	
贴牌产品	贴牌产品	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 卖方销售自有品牌，通过FB/IG,LZD首次售卖</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>■ ohbatashop</li></ul>	

### 6.2.1.3 马来西亚市场

马来西亚站点商城卖家要求			移除商城 (个例逐案分析)	保留在商城
定义			例子	
品牌	全球品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌至少存在于三个站点</li> <li>该品牌必须在地区内实体店有售</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unilever, L'Oréal, Huawei, Kellogg's</li> <li>Note: Regions listed Appendix A</li> </ul>	
	超市品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌至少存在于一家超市</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yusuf Talcoob, Munchy's, Julie's</li> <li>Note: Supermarkets limited to an exhaustive list (Appendix B)</li> </ul>	
	超市/大卖场	<ul style="list-style-type: none"> <li>超市/大卖场至少有一间实体店</li> <li>在购物中心至少有两家实体店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supermarkets: Hypermärkte, AEON, Mydin, Tesco, Giant</li> <li>Specialist stores: Fitness Concept, Decathlon, Bebehaus</li> <li>Note: Supermarkets, hypermarkets, specialist stores limited to an exhaustive list (Appendix B)</li> </ul>	
	百货超市品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>品牌店铺至少存在于一家知名百货超市</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anne Klein, Issey Miyake, Comme Des Garçons, Elie Saab</li> <li>Note: Department stores limited to an exhaustive list (Appendix C)</li> </ul>	
	百货商店	<ul style="list-style-type: none"> <li>百货商店在1级/2级购物中心至少有两家实体店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>International stores (e.g. Parkson, Sephora, Tangs)</li> <li>Local stores (e.g. Metrojaya)</li> <li>Note: Shopping malls limited to an exhaustive list (Appendix D)</li> </ul>	
	购物中心品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方在1级/2级购物中心至少有两家实体店 (不包括售货亭/站台)</li> <li>拥有超过5个品牌</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Senheng, Harvey Norman</li> <li>Note: Shopping malls limited to an exhaustive list (Appendix D)</li> </ul>	
	连锁药房	<ul style="list-style-type: none"> <li>药房在全国范围内至少有5家实体店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Watsons, Guardian, Sasa</li> <li>Note: Pharmacies limited to exhaustive list (Appendix E)</li> </ul>	
	医药品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌至少存在于一家连锁药房</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sebamed, QV, Wet n Wild</li> </ul>	
	知名人士品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌由知名人士个人持有</li> <li>知名人士在Instagram和Facebook上至少共有一百万的粉丝数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Owl by Nora Danish, Izara Aishah, SimplySiti</li> </ul>	
	战略合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>以商业/非商业为目的的长期卖方合作关系</li> <li>该品牌或有一个品牌/母品牌</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Petronas, Astro, Poslaju, CJ WOW</li> </ul>	
	其他知名平台品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方不符合上述标准, 但于LazMall, Zalora, Fashion Valet或Hermos出售</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Loweta, Kulet</li> </ul>	
非品牌	经销商	<ul style="list-style-type: none"> <li>重复的授权经销商</li> <li>负责人已在OS上拥有一个品牌商店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Angelland</li> </ul>	
	灰色经销商	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方没有经销商作为直接供应商, 销售给最终用户, 并无法追踪产品官方来源</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Xiaozhainv.my, TENSO, JC Print &amp; Office Supply, HargaBorong, GadgetBin</li> </ul>	
	原始设备制造商	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方销售自有品牌但未注册商标</li> <li>未在任何线下百货商店出售</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IG fashion sellers</li> </ul>	9

### 6.2.1.4 印尼市场

印尼站点商城卖家要求			定义	示例
全球品牌			<ul style="list-style-type: none"> <li>要求该品牌至少在两个站点有销售</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unilever, Sweetie, Sleek baby</li> </ul>
超市/大卖场品牌			<ul style="list-style-type: none"> <li>产品销往全国连锁超市/大卖场</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wings, Indofood, Kettle, etc</li> </ul>
超市/大卖场			<ul style="list-style-type: none"> <li>现有的超市/大卖场</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TipTop, Carrefour, Alfamart</li> </ul>
知名人士店铺			<ul style="list-style-type: none"> <li>知名人士个人持有 (至少一篇证明该品牌由名人持有的文章)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RAJeans, Ayu Ting, Mandjha by Ivan Gunawan, Illywears aby Prilly</li> </ul>
购物中心品牌			<ul style="list-style-type: none"> <li>品牌于一二线城市拥有实体店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mothercare, Erafone</li> </ul>
百货超市			<ul style="list-style-type: none"> <li>要求该品牌有一间百货商店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ramayana, Sogo, Matahari</li> </ul>
百货超市品牌			<ul style="list-style-type: none"> <li>产品销往百货超市 如, 崇光百货, <u>Matahari</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nevada, The executive, Andre Valentino</li> </ul>
其他平台的商城卖家			<ul style="list-style-type: none"> <li>有证据表明该品牌在其他平台来官方商城店 (逐个进行审批)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazara, The bath box, Lemonilo</li> </ul>

### 6.2.1.5 泰国市场

泰国站点商城卖家要求		■ 移除商城 (个例逐案分析)	■ 保留在商城 
	定义	例子	
品牌所有者 (品牌)	全球品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌至少在两个站点有销售</li> <li>店铺以品牌命名, 并授权使用品牌标志</li> </ul>	Unilever/ Panasonic/Asus
	百货超市品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌至少在一间百货商店有商标注册证</li> <li>店铺以品牌命名, 并授权使用品牌标志</li> </ul>	Kuron, Lesasha
	超市品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌至少在一家超市有商标注册证</li> <li>店铺以品牌命名, 并授权使用品牌标志</li> </ul>	Hygiene, Superlock
	知名人士品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌由知名人士个人持有</li> <li>店铺以品牌命名, 并授权使用品牌标志</li> </ul>	Opal, Petcha
零售商 (非品牌)	超市/大卖场	<ul style="list-style-type: none"> <li>超市/大卖场至少有一间实体店</li> <li>店铺以注册名称命名, 仅限使用官方标志</li> </ul>	Big C, Watson
	经销商	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方由品牌授权, 有权分发、销售给经销商和最终用户</li> <li>店铺以注册名称命名, 并使用官方/品牌标志 (由品牌授权)</li> </ul>	Disneybag, DKNY&Emporio Armani Watches
	零售商	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方由品牌/经销商授权出售给最终用户</li> <li>店铺以注册名称命名</li> </ul>	Aplus shop, Neweragames
	灰色零售商	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方没有经销商作为直接供应商, 销售给最终用户, 并无法追踪产品官方来源</li> </ul>	Royal crown, Pause then Play
	LazMall卖家	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方不符合上述标准, 但在Lazmall上出售</li> </ul>	Seller in LazMall
贴牌产品	贴牌产品	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方销售自有品牌但未注册商标</li> <li>未在任何线下百货商店出售</li> </ul>	IG fashion sellers

3

### 6.2.1.6 菲律宾市场


菲律宾商城卖家要求		■ 移除商城 (个例逐案分析)	■ 保留在商城 
	定义	例子	
品牌所有者 (品牌)	大型国际品牌 (1级)	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌至少存在于两个站点</li> <li>店铺以品牌命名, 并授权使用品牌标志</li> </ul>	Unilever/ Panasonic/Asus
	大型本土品牌 (2级)	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌至少在一间百货商店有商标注册证</li> <li>店铺以品牌命名, 并授权使用品牌标志</li> </ul>	SnowCaps, Belo Essentials
	小型本土/国际品牌 (3级)	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌未在主要零售商 (如Watsons, Abenson等) 销售, 分销渠道和客户有限</li> <li>店铺以品牌命名, 并授权使用品牌标志</li> </ul>	Popbeauty, Anteneo Press, ACE TV
	知名人士品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>该品牌由知名人士个人持有</li> <li>店铺以品牌命名, 并授权使用品牌标志</li> </ul>	BLK Cosmetics ( Anne Curtis)
零售商 (非品牌)	超市/大卖场	<ul style="list-style-type: none"> <li>超市/大卖场至少有一间实体店</li> <li>店铺以注册名称命名, 仅限使用官方标志</li> </ul>	SM, Robinsons
	线下/线上零售商	<ul style="list-style-type: none"> <li>零售商由品牌授权, 有权分发、销售给经销商和最终用户, 并至少在一家线上/线下店铺有售</li> <li>店铺以注册名称命名, 并使用官方/品牌标志 (由品牌授权)</li> </ul>	Watsons
	零售商	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方由品牌/经销商授权出售给最终用户</li> <li>店铺以注册名称命名</li> </ul>	Your Fragrance Box
贴牌产品	贴牌产品	<ul style="list-style-type: none"> <li>卖方销售自有品牌但未注册商标</li> <li>未在任何线下摊位出售</li> <li>逐案分析 例外 (以下3个标准): <ul style="list-style-type: none"> <li>ADO</li> <li>运营评级</li> <li>反应速率/时间</li> </ul> </li> </ul>	IG Fashion Sellers

5

### 6.2.1.7 新加坡市场

#### 新加坡站点商城卖家要求

■ 移除商城（个例逐案分析）

■ 保留在商城 

	定义	例子
品牌所有者 (品牌)	<b>1级品牌</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>至少存在于两个国家的国际品牌</li> <li>店铺以品牌命名，并授权使用品牌标志</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>P&amp;G, Unilever, Xiaomi</li> </ul>
	<b>2级品牌</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>只在本土市场开展业务的小众品牌</li> <li>店铺以品牌命名，并授权使用品牌标志</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PanzerGlass, Irvins</li> </ul>
零售商 (非品牌)	<b>超市</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>超市/大卖场至少有一间实体店</li> <li>店铺以注册名称命名，仅限使用官方标志</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Watson, Guardian, Gain City, Parisilk</li> </ul>
	<b>授权经销商</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>卖方由品牌授权，有权分发、销售给经销商和最终用户</li> <li>店铺以注册名称命名，并使用官方/品牌标志（由品牌授权）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beautiful.me, Epicenter, aCommerce, Qisahn,</li> </ul>
	<b>多品牌经销商</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>卖方由上述未提及的品牌授权</li> <li>逐案分析例外情形：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>专业排名</li> <li>店铺表现</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mrbazaar, Firstfewyears, Hapeestore</li> </ul>
贴牌产品	<b>贴牌产品</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>卖方销售自有品牌但未注册商标</li> <li>逐案分析例外情形：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>专业排名</li> <li>店铺表现</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lovera_collection</li> </ul>

7

### 6.2.2 商城卖家刊登标准

Shopee 平台商城卖家刊登标准请点击[这里](#)查看。

## 7. Shopee 平台关键字广告 (Paid ads)

### 7.1 关键字广告是什么？

我的关键字广告是 Shopee 平台推出的一项，能够提高卖家商品在手机 APP 及平台网页版平台的曝光率的付费广告服务，目前 Shopee 所有站点均已开通我的关键字广告服务。

### 7.2 关键字广告的优势是什么？

当买家搜寻相应关键字时，购买了该关键字广告卖家的商品将会优先出现在搜寻结果当中，能够帮助卖家接触到更多的买家，并带来流量和订单量增长的付费广告服务。

### 7.3 怎么购买关键字广告？

我的关键字广告购买流程可参考以下操作步骤进行购买：



充值链接: [我的关键字广告充值链接](#)

操作流程:

- (1) 点击 Shopee 我的关键字广告网页版充值
- (2) 填写需要充值店铺名称以及该店铺对应充值金额:

### 虾皮付费广告充值表

在本应用进行的充值无需填写问卷, 在本页面完成充值后等待广告金到账即可

店铺账号 (如shopeelizi.my, 部分台湾店铺无tw后缀)

充值金额 (美金)

店铺名称1	店铺1充值金额
店铺名称2	店铺2充值金额
店铺名称3	店铺3充值金额
店铺名称4	店铺4充值金额
店铺名称5	店铺5充值金额
店铺名称6	店铺6充值金额
店铺名称7	店铺7充值金额
店铺名称8	店铺8充值金额
店铺名称9	店铺9充值金额
店铺名称10	店铺10充值金额

(1) 如填写此表单过程中有任何问题, 请联系您的虾皮客户经理

(2) 若需查看教程, 请点击 [帮助](#)

去支付

若需同时给多个店铺充值, 请分别填写店铺名以及对应的充值金额。确认填写信息无误后, 请点击【去支付】

- (3) 页面会跳转至【支付信息确认】

确认支付总金额及充值信息确认无误之后, 请点击下方【Paypal】图标

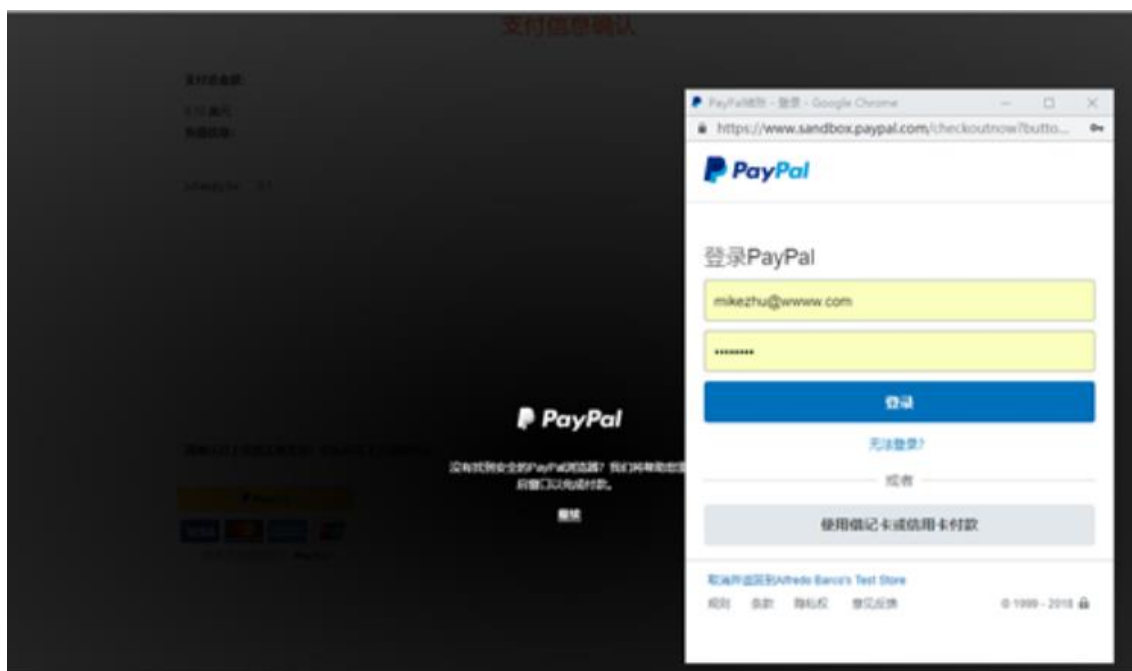
### 支付信息确认

支付总金额:  
100.00 美元  
充值信息:  
shopee.my 100

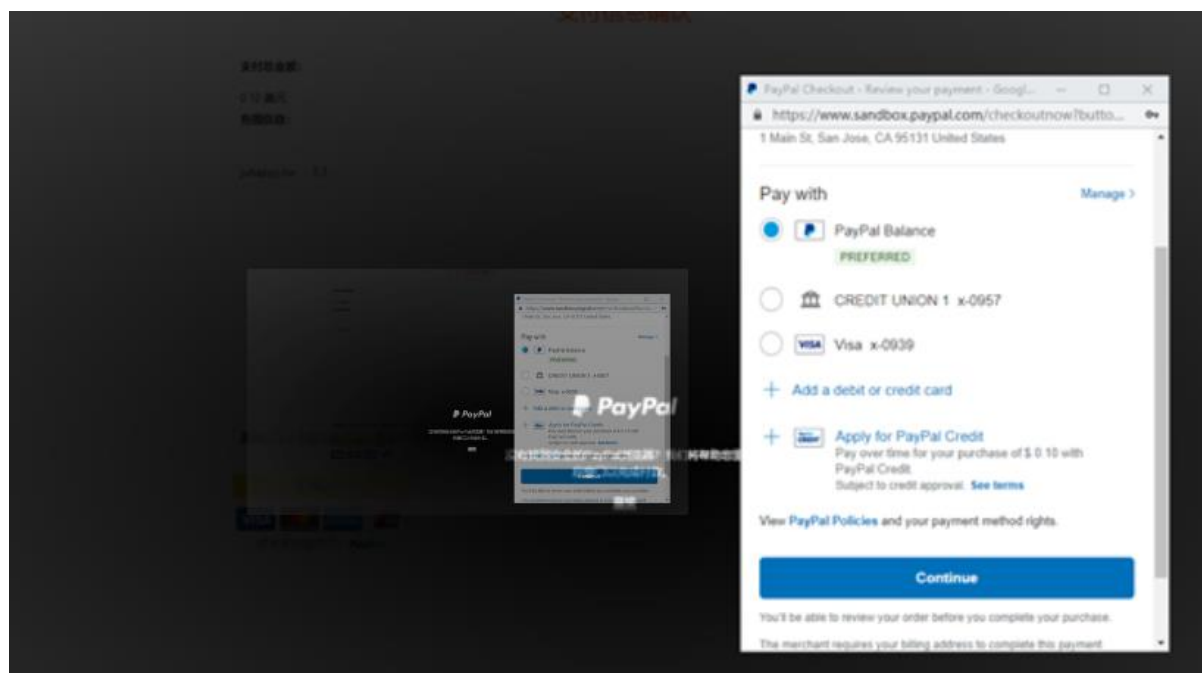
请确认以上信息正确无误! 然后点击下方按钮付款。



(4) 页面会出现弹窗，提示登录 Paypal 账户，请登录 Paypal 进行后续操作；



(5) 登录 paypal 之后，选择一个付款账户进行支付；



(6) 付款完成之后，会自动跳转至【支付已完成】页面



同时你支付时登录 Paypal 使用的邮箱会收到一封邮件。

完成以上步骤，则表示充值完成，请耐心等待充值金额到账即可。

## 7.4 影响关键字广告排名的因素

关键字广告产品排名，受关键字质量以及卖家设定的关键字单次点击价格影响，因此，



- (1) 选取关键字时，卖家需要考虑关键字的搜索流行程度以及和商店产品的相关程度；
- (2) 关键字广告的费用仅在每次买家通过搜索关键词搜索到产品，并点击了该产品才会被收取费用，并且该费用不会高于卖家设置的该关键字单次点击价格；

卖家可以选取店铺热销、高利润或者是低价引流的产品购买关键字广告，并且被选取产品的商品描述详细、商品图片清晰；

(3) 关键字广告单次点击的最低参考价格如下，卖家可参考相应站点的价格进行关键字广告的价格设置：

站点（价格单位）	单次点击最低价格
ID(IDR)	150
MY(MYR)	0.06
TH(THB)	2
PH(PHP)	0.4
VN(VND)	400
SG(SGD)	0.04
TW(TWD)	1.2

## 常见问题：

### 1.有很多店铺都用同样的关键字，怎么才能评在第一位？

可通过付费来购买关键字广告，当买家搜寻关键字时，你的商品将会优先出现在搜寻结果。

### 2.广告排名顺序会受哪些因素影响？

- 关键字的流行程度、您的商品和关键字的相关程度等；
- 您愿意支付的单次点击价格。

### 3.如何挑选做广告的产品？

- 建议最少选择 5-10 个商品，用不同的商品进行试验，分析潜在客户或市场趋势，并得知什么类型的照片/内容会比其它的更加吸引流量。

根据需求可以包括以下产品类型：

- 最热销产品： 店铺热卖品，平台热卖品，当地市场新流行产品；
- 高利润产品： 选择有销量的高利润产品，比较容易达到高的 ROI。
- 低价引流产品： 吸引流量到店铺，带动其他产品的销量。(需注意: 单品 ROI 可能很低)；
- 选择带有详细明确的商品名称、照片和描述的商品。

所选产品满足以下要求：

- 主图和标题清晰，使用当地语言，描述详细且标明尺码和材质(如果需要)；
- 产品为非预售，有打折标签，如果是 LPG(最低价保证)产品更好；
- 对于低价引流产品，主图、标题或描述里最好有明确的店铺指向性，可以使用 Shop voucher 加上；
- 独特的 hashtag 来吸引买家到店内。(低价引流产品价格最好低于补贴要求的门槛，吸引凑单)

#### **4.从哪里找合适的关键词？**

- Shopee 后台根据产品标题推荐；
- 市场周报会汇总最热门关键词以及流行趋势变化；
- 自行根据品牌和用途设置强相关性关键词。

#### **5.从哪里找合适的价格？**

- Shopee 后台根据所设关键词推荐点击价格；
- 根据产品利润的百分比设置(综合考虑当前 paid ads 的点击率和转化率)；
- 调整价格，搜索前台实际排名，根据产品定位选择位置进行精准的价格投放。

#### **6.我可以知道我投放广告的成效吗？**

我的关键字广告里有报表功能，将会显示您设定的关键字为你带来的商品浏览数、点击数和订单数等资料。并有汇出报表的功能，方便随时观看自己的广告成效！

#### **7. 如果有人不断点击我的广告，会不会因此被扣很多钱？**

我们有提供防止恶意点击行为的侦测机制，在固定时间内同一账号无论点击广告几次都只算一次点击，只会扣一次点击的费用。

## 8. 卖家行为规范激励计划

### 8.1 秒杀活动店铺发货时间要求

卖家若满足过去 30 天店铺平均发货时间  $\leq 2.5$  个日历日的要求，就有资格申报常规秒杀活动。

注：此规则只针对卖家申报常规的秒杀活动，不针对大促活动(如 11.11 或 12.12)的秒杀活动申报。

### 8.2 Shopee 平台免费揽货服务要求

**对于深圳、东莞、广州地区的卖家：**

- 日均已完成订单量 200 单及以上（含台湾订单量）
- 卖家整体平均出货到仓时效需小于 2.5 天
- 卖家整体预售商品占比小于 10%
- 卖家罚分  $\geq 4$  分的店铺达到要求标准（见下文）

未能达到该标准的卖家将不能继续享受免费揽收服务

**对于华东地区的卖家：**

- 日均已完成订单量 100 单及以上（含台湾订单量）
- 卖家整体平均出货到仓时效需小于 2.5 天
- 卖家整体预售商品占比小于 10%
- 卖家罚分  $\geq 4$  分的店铺达到要求标准（见下文）

未能达到该标准的卖家将不能继续享受免费揽收服务

#### \*卖家罚分 $\geq 4$ 分的店铺要求标准

每个月的揽收资格会参考过去一个月的卖家表现。因为惩罚计分是以季度为单位累计的，因此每个季度的第一个月，第二个月，第三个月要求标准不同。

时间点	每季度第一个月	每季度第二个月	每季度第三个月
罚分 $\geq 4$ 分店铺/卖家总店铺数	$\leq 10\%$	$\leq 15\%$	$\leq 20\%$

例如：11 月的免费揽收资格，会参考 10 月的卖家 GGP 各项运营数据是否达标。因此在确定 11 月揽货名单时会使用 10 月数据以及 10 月的卖家店铺罚分标准，即使用每季度第一个月的标准 10%。

注：

- 1.Shopee 平台将根据卖家表现，每个月更新一次可以享受 Shopee 平台免费揽货服务的卖家
- 2.若卖家未能达到免费上门揽货标准，Shopee 平台会推荐服务商为卖家提供上门揽货服务
- 3.获得免费揽收资格的卖家需积极使用平台新功能，卖家是否有使用新功能以系统记录为准。若未成功使用，会导致揽收资格被取消

### **8.3 9.9/11.11/12.12 packages 购买资格**

若卖家在发货速度，惩罚积分，其他运营指标等方面表现出色，将在 Shopee 平台大型促销活动中有资格购买 package。具体的卖家筛选标准将于每次大促前 2 个月通知卖家。

## **9. 小语种市场客服服务**

### **9.1 泰国市场小语种客服申请流程**

为了提高卖家与买家沟通效率提升用户体验，Shopee 泰国站点已上线聊聊自动翻译回复功能，该功能可实现泰语和英语之间的快速转换，大幅提升卖家回复效率，Shopee 平台将于 2019 年 10 月 15 日起对泰国站点所有卖家开放该功能。届时，卖家需自行安排客服人员利用聊聊自动翻译回复功能进行客服服务。若卖家需继续使用人工客服服务，可付费购买。

付费购买开放时间：2019 年 8 月 9 日起

服务使用费费率：2%（相当于平台佣金加 2%，收取基数跟平台佣金一致，为当月 16 号到次月 15 号已完成订单总金额不包括订单运费）

购买期限限制：最少 6 个月，整数月增加

您可向您所属客户经理了解服务详情以及申请购买。

### **9.2 印尼小语种客服服务指引**

为了提高卖家与买家沟通效率提升用户体验，Shopee 印尼站点已上线聊聊自动翻译回复功能，该功能可实现印尼语和英语之间的快速转换，大幅提升卖家回复效率，Shopee 平台已于 2019 年 8 月 7 日对印尼站点所有卖家开放该功能。2019 年 8 月 7 日起，卖家需自行安排客服人员利用聊聊自动翻译回复功能进行客服服务。若您需继续使用人工客服服务，可付费购买。

付费购买开放时间：2019 年 7 月 3 日起

服务使用费费率：2%（相当于平台佣金加 2%，收取基数跟平台佣金一致，为当月 16 号到次月 15 号已完成订单总金额不包括订单运费）

购买期限限制：最少 6 个月，整数月增加

卖家可以找所属客户经理了解服务详情以及申请购买。

### **9.3 越南小语种客服服务申请指引**

为了提高卖家与买家沟通效率提升用户体验，Shopee 越南站点已部分上线聊聊自动翻译回复功能，该功能可实现越南语和英语之间的快速转换，大幅提升卖家回复效率。Shopee 平台已暂停越南站点免费客服申请流程。若已经申请了免费客服且还未被上线自动翻译功能的卖家可以继续使用免费客服。付费客服申请流程将另行通知。