

账户经营风险规避

一、注册信息的提供要确保没有在亚马逊平台被使用过

亚马逊平台是非常注重信息使用权的，一旦信息提交到平台后，平台就会留下记录，如果再次提交已经有记录的信息，就会被视为再次使用，审核的时候会直接被机审或者人工审核拒绝。并且一般除了邮箱在注册的时候，会提醒该邮箱已被使用之外，其他的所有信息都不会提示已使用。因此提供给我们去注册的信息一定要确保并没有在亚马逊平台未使用过的新的信息

二、提交申请之前不要用现在的信息去注册亚马逊任何相关的平台

亚马逊平台的卖家信息和买家信息与国内淘宝和 1688 卖家平台是类似的，他们俩的信息是相通的，如果信息在买家端注册过，就不能在卖家端使用，如果再次在卖家端注册或者使用，无法通过平台审核

三、下店后的 24 小时

店铺刚通知激活的时候，也就是店铺刚下店的时候，信息审核会比较灵敏，会检测账号是否存在异常操作，如果说我们在店铺下店后频繁地操作的话，平台会误以为操作异常，以至于在店铺已经通过审核后，再次触发一些不必要的审核，比如说二次审核，再次审核初审资料等等

四、不使用翻墙软件

注册资料提供给我们后，不要使用翻墙软件，翻墙软件会导致我们的邮箱异地登录，包括但不限于邮箱，视频认证前后，在这个设备上登录店铺的时候我们的资料已经准备好了，但是由于营业执照需要等待，或者资料还在整理，初步审核中，资料完全提供到资料提交、平台审核中间会有一段时间，在我们的资料提供后，不要使用翻墙软件，比如说 VPN，Tik Tok，外网登录等等使用的翻墙软件，翻墙软件会导致我们的邮箱异地登录，而邮箱是我们申请的亚马逊登录的账号，因此也会被检测到我们的账号异常登录，这样是会影响最终的审核结果的。并且翻墙软件的影响包括但不限于邮箱，视频认证期间，我们在同一设备登录店铺账号期间等等，这些期间，我们的亚马逊账号信息都会被显示异常登录，因而影响店铺正常审核结果，或者店铺的正常登录 IP

五、店铺经营第一个月，不要修改店铺原有注册信息，避免触发审核

我们的店铺刚注册完成时，需要有一个正常良好的经营状态，账户信息频繁的更改，平台会误认为我们在调换信息，或者被非经营者篡改信息，因此为了保护卖家本身，会经常在更改信息的时候进行提醒，包括但不限于账号密码，收款信息，IP 地址等等，修改这些信息虽然不会立马冻结，但是如果在短期内频繁修改的话，账号也会被暂时锁定，并要求提交相关资料进行审核。严重的会直接导致账号被封

六、账号不要异地登录，异地登录会造成 IP 更换，导致店铺审核异常

亚马逊平台比较注重本人知识产权以及本人操作权限，和隐私权限，比较忌讳一个账号多人操作，因此我们在经营店铺的时候，不要经常多地区登录账号，经常多地区登录账号，平台也容易误认为是不同人在经营，会导致账号被锁定，或者触发再次审核，一般再次审核的时候所需提交资料要求会比较高

七、双币信用卡不建议使用浦发银行双币信用卡

亚马逊平台要求使用双币信用卡进行月租的扣除，在外面申请时候使用的较多的信用卡里，浦发银行信用卡会因为扣除时候需要确认，或者扣除时候被拦截，导致我们的账户月租扣除失败，如果只是提醒，我们进行更换即可，但是较多严重时候，会直接因为提前预扣失败导致审核失败，因此在申请的时候，我们不使用浦发银行双币信用卡

八、信用卡额度

在我们提交信息之前，一定要确保信用卡额度足够店铺月租的扣除，如果额度不够，会导致扣除失败，影响店铺正常审核结果

九、上架产品避开品牌，或者品牌所持产品，铺货的时候，一定不要选择品牌的，尤其是国内大品牌的，国内防品牌的

任何平台对产权方面都是非常重视的，虽然目前国内没有对这些产权方面要求严格，但是亚马逊平台是非常重视产权的，包括知识产权，版权，商标持有权，外观设计专利权，著作权。因此我们在上架产品的时候，一定要注意不要上架已有品牌的产品，比如国内外知名品牌，例如手机方面的苹果，华为，小米等等，玩具方面的魔方，乐高，灭鼠先锋等等；宠物玩具飞盘，缓食碗；首饰方面的 Tiffany，卡地亚 Cartier，古驰 Gucci，宝格丽 Bvlgari，梵克雅宝 Van Cleef & Arpels 等等；汽车类包括汽车玩具模型类，比如宝马，奔驰，奥迪，大众等等。各类手办、人物形象、动漫影视作品等等，比如皮卡丘动漫形象，漫威人物形象，迪士尼形象，任天堂，花生漫画（史努比、露茜、查理·布朗），海贼王，火影忍者等等。

我们上架的时候，第一个是要注意避开这些品牌，第二方面是不要上架这些品牌的仿品，第三个是不要和这些品牌有关联，比如说产品上印有这些形象。不管是自己上架产品，还是上架平台的产品，这些都是要注意的

一旦我们上架了这些产品，轻则平台检测到涉嫌品牌，或者被品牌方投诉，重则涉嫌品牌较严重的，会直接封店。或者在比较多的品牌方投诉后，直接封店。或者被一些流氓律师事务所发现，并且直接通过律师投诉，导致我们的店铺无法正常经营以及提现

十、选品的时候注意外观专利

我们从国内的平台选品的时候，要关注一些外观专利方面的，国内有些平台是可以售卖一些印有人物形象，或者直接、间接的售卖一些人物形象，车型玩具，仿品牌产品，但是在亚马逊平台比较忌讳上架这些，品牌持有方也会在我们上架后，检测到了就马上进行投诉，这样也是会影响店铺的正常经营

十一、变体信息不要过多，一般 5-10 个即可

我们在选品的时候，不要选择变体信息非常多的产品，一般在国外的平台售卖的产品，变体信息都不会很多，国内的买家希望多多益善，但是亚马逊平台的变体信息过多反而不太有利于产品的发展，一方面是在编辑的时候，如果产品发生错误，那么所有的变体信息都会发生错误，这样就耽误我们编辑的进度；另外一方面如果产品存在受限等方面的问题，那么每个变体都会作为一个绩效记录在店铺里面；最重要的是，产品变体过多，会分散一些好的变体信息的流量和访客量，延缓我们较好的变体信息的数据增长

十二、邮件注意查看

亚马逊经营的过程中，邮件是我们关注店铺账号的最重要动态，邮件不仅仅是店铺通过审核的邮件，有订单的通知邮件，也是买家沟通时收到的邮件，店铺违规时收到的提醒邮件，店铺需要我们操作的时候收到的邮件，我们常见的要重点关注的邮件，除了订单邮件之外，还要关注买家退款邮件，一般退款邮件通知会提示订单 xxx 的退货批准，那么我们需要关注订单状态，并对订单做合理的安排。需要特别注意的邮件有以下几种

1、亚马逊卖家平台通信（请勿回复）

查看是退款邮件，还是产品禁止显示邮件，产品禁止显示邮件一般是产品被平台产品扫描时删除了，这种要去店铺看一下是否存在绩效，如果不存在绩效，就可以不用管



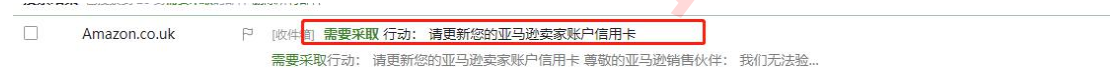
2、政策警告

政策警告邮件需要特别注意，这种一般是被投诉侵权方面的，这种需要去查看原因并申诉



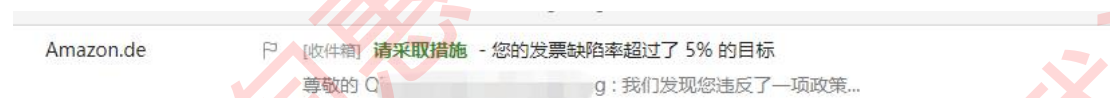
3、需要采取行动：xxx

这个一般是需要提交审核资料，需要我们根据邮件提示内容，去店铺后台进行资料的提交



4、请采取措施

店铺有缺陷绩效的时候，会收到通知，我们收到邮件之后，要重点关注这类绩效，并做以改善



5、需操作：有关商品的重要信息

一般是产品合规性未达到，复制产品信息，去店铺删除即可



6、错价提醒

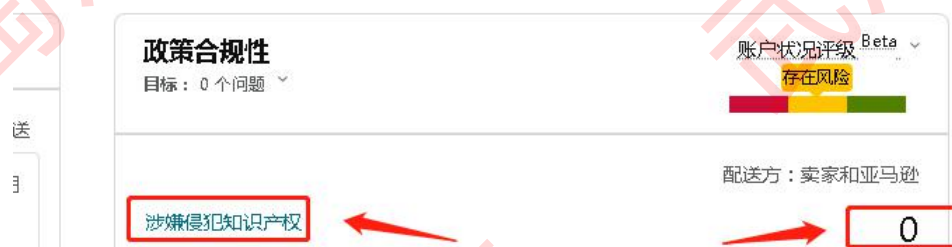
一般产品上架价格错误，就会提醒错价，需要进行价格调整



新店铺刚下店的前几个月权重是非常高的，我们要持续每天上架产品，才能给店铺争取到权重以及曝光度，在店铺经营中才能获取到更多的流量和访客，如果说只是间断的上架产品的话，也需要花更多的额外的精力才能把店铺经营起来

十四、涉嫌知识产权的投诉，尽快删除产品

涉嫌知识产权，是产品上传后，被平台检测出来的，我们会涉嫌使用已有的知识产权产品，如果有收到邮件提示涉嫌知识产权，或者在店铺后台绩效---业务报告有提示，一定要马上删除，如果说涉嫌知识产权的产品不太严重，并且删除及时的话，绩效也会直接清除。如果涉嫌知识产权教严重的，产品删除后，绩效依然会留存 180 天。如果没有及时删除，并且后续还有被检测到，严重会直接造成封店



十五、侵权

产品上传的时候，要多注意品牌以及设计观念，一般我们自己上架的产品，不要上架国内已有的，并且是注册国际品牌的产品，包括知名品牌，以及一些不知名，但是有强调注册国际品牌的产品，这样是容易造成侵权的，如果有收到侵权的邮件，要及时去店铺后台进行申诉。如果说是上架的跟卖的产品，在上架之前一定要检查产品的品牌是否被注册，产品信息上是否存在品牌，并且在收到投诉后，及时申诉，申诉时提供有力证据

十六、律师投诉

亚马逊平台比较重视知识产权，因此也会有人钻空子，故意以可能会产生关联的一些信息，在不通知卖家也不在平台投诉的情况下，直接通过律师进行投诉，这种投诉不会记录在店铺绩效里，但是对店铺的影响也是很大的，收到律师投诉后，账户经营的金额无法提现，并且要对方撤诉后，才可以提现。如果说我们不选择应诉或者联系对方撤诉，那么平台也会视为对方投诉成功，会把账户的金额直接划走归为投诉方名下

律师投诉邮件内容中有的会告知是什么产品，有的不会告知什么产品，但是会通知需要联系对方。一般律师投诉只能通过联系对方和解，或者应诉。不管是和解还是应诉，费用都是比较高的。如果我们有遇到了，店铺的金额不是很多的情况下，建议是直接换站点经营，或者直接换其他账户经营

十七、版权侵权

侵权除了常见的品牌，外观侵权之外，还有版权侵权，版权方面的比较特别，因为版权自作者完成之日起就获得了，不需要一个证书来证明自己的权利，版权侵权包括产品印有他人版权图案，产品的编辑全部套用他人编辑的，图片全部盗用他人拍摄的等等。产品上传最好是原创，或者略加借用，图片也略加修改，这样就能避免一些版权侵权。如果有遇到版权侵权的，也要及时进行申诉

十八、店铺出单后/爆单后对店铺定期复查

我们的店铺已经出单了，也就有经营额了，营业额从我们产品发给买家，到提现这个过程需要一段时间，因此我们的店铺经营过程中，合规经营很重要，不论是自己上架的产品，还是跟卖的产品，都需要定期复查，尤其是跟卖的产品。跟卖的产品，容易原编者更改信息，一旦发现有更改信息，及时查看更改信息是否会产生威胁，如果存在风险，及时删除产品。并且在账户累积营业额达到一定金额时（一般经营额达到 500 美金-1000 美金），减缓账户经营，把经营额提现后，在继续进行正常经营。在减缓期间，可以轮流在不同的国家去加大经营力度

十九、关注绩效

店铺的绩效是店铺的眼睛，是最直观体现账户是否正常，或者哪些绩效异常

的，通俗一点讲，绩效主要是通过三个方面的，订单方面，产品方面，售后方面。

订单方面包括订单准时发货，物流及时更新。

主要提现在**迟发率**，**配送前取消率**，**有效追踪率**上面

迟发率，顾名思义，就是没有在规定时间内发货；

配送前取消率也就是我们不给买家发货直接取消；

有效追踪率也就是订单物流是否正常发货并且正常有更新，因此我们发货后，一定要及时进行物流的追踪，确保物流正常送达，如果有异常，及时跟进处理。

产品方面就是合规方面的，如果有违规的，及时进行申诉，保障绩效不对店铺有较严重的影响

售后方面就是**负面反馈**，**交易保障索赔**，**信用卡拒付**三个方面的。

负面反馈是指买家对订单的负面评价，这个就需要我们卖的产品与产品描述相符，并且质量较好，不让买家收到进行差评，但是如果有存在同行差评的情况下，可以进行删除和申诉。平台也会对我们的申诉重新定夺。

交易保障索赔方面的，较多的是产品无法在预期的时间内送达或者发货，容易产生买家的索赔，这方面我们多注意好就行。

信用卡拒付方面，主要包括买家声称自己未收到商品，买家退回了商品但未收到退款，买家收到了已残损或有缺陷的商品时，提出异议，要求拒付，这个一般会比较少，我们做好产品发货和产品质量，也是能减少拒付的很重要的因素

配送绩效		客户服务绩效	
卖家自配送		卖家自配送	亚马逊配送
迟发率 目标：低于 4%	0% 0 个订单 (共 167 个) 30 天	订单缺陷率 目标：低于 1% 0.32% 1 个订单 (共 312 个) 60 天	不适用
配送前取消率 目标：低于 2.5%	0% 0 个订单 (共 36 个) 7 天	订单缺陷率包含二个不同的指标：	
有效追踪率 目标：超过 95%	97.12% 101 个订单 (共 104 个) 30 天	负面反馈	0% 不适用
在此处查看配送资格		亚马逊商城交易保障索赔	0.32% 不适用
		信用卡拒付索赔	0% 不适用
		发票缺陷率 (IDR) 目标：低于 [targetValue]	不适用
		查看详情	

二十、二审

北美审核一般主要是初审，但是如果资料存在异常，或者改动，以及下店后马上频繁修改店铺信息，这些情况下，会导致触发审核，正常审核触发北美二审的概率是很小的，有些时候 1% 不到的概率，正常概率千分之几。一般遇到北美二审，需要提供水电煤账单，互联网账单，进行审核，审核周期会比初审长很多，有的会长达一个月之久

二十一、账户异常后，店铺的常见处理方式

如果是产品投诉，第一时间删除产品，在进行申诉，申诉的态度要诚恳，不可以太过于敷衍，不利于申诉成功。

如果账户收到律师邮件，直接将店铺降级，如果还有未发货的订单，联系买家取消，并不再发货，如果买家未回复，我们可以才去直接取消订单或者虚拟发货后在取消，这二者操作方式根据店铺绩效来定，已采购未发出的订单，进行物流拦截，减少损失

账户被停止销售权限，和收到律师邮件一样，先进行店铺降级，未发货订单及时联系买家取消并不再发货，如果买家未回复，我们可以才去直接取消订单或者虚拟发货后在取消，这二者操作方式根据店铺绩效来定，已采购未发出的订单，进行物流拦截，减少损失。然后进行申诉，如果账户申诉成功了，可以继续使用，就可以恢复正常使用，把店铺升级到专业计划，产品也恢复