



亚马逊选品建议

课程路径图及内容



目录

11. 男装 (Men's Apparel) 品类	3
11.1 男装品类全球市场概况及消费者画像	3
11.1.1 市场概况	3
11.1.2 增长速度	6
11.1.3 消费者画像——男性消费特点	8
11.2 男装品类 2021 流行趋势	9
11.2.1 关键色	9
11.2.2 流行颜色和款式	9
11.2.3 流行运动服装和配件	11
11.2.4 男士上衣和下装	12
11.2.5 男女皆宜服饰的颜色、款式、面料	13
9.3 亚马逊男装品类 2021 海外热卖选品指南	14
11.3.1 男士运动服	14
11.3.2 男士内衣 / 睡衣	16
11.3.3 男士外套	20
11.3.4 男士上衣	27
11.3.5 男士通勤服	33
11.3.6 男士裤装	36
11.3.7 男士配饰	38
9.4 男装品类户外运动服装面料——欧美日消费者热爱户外运动催生巨大商机	42
11.4.1 户外运动正时髦，服装性能要求高	42
11.4.2 欧美日消费者对户外运动服装需求各异	44
11.4.3 户外运动服——功能性面料划重点	47
11.4.4 几个身怀绝技的功能性面料品牌	49
11.4.5 亚马逊商品描述中展示出面料优势的关键词：专业、详细、可视化	50
11.4.6 面料趋势预测——可持续搜索量较半年前翻倍，环保面料正当红	53

11.1 男装品类全球市场概况及消费者画像

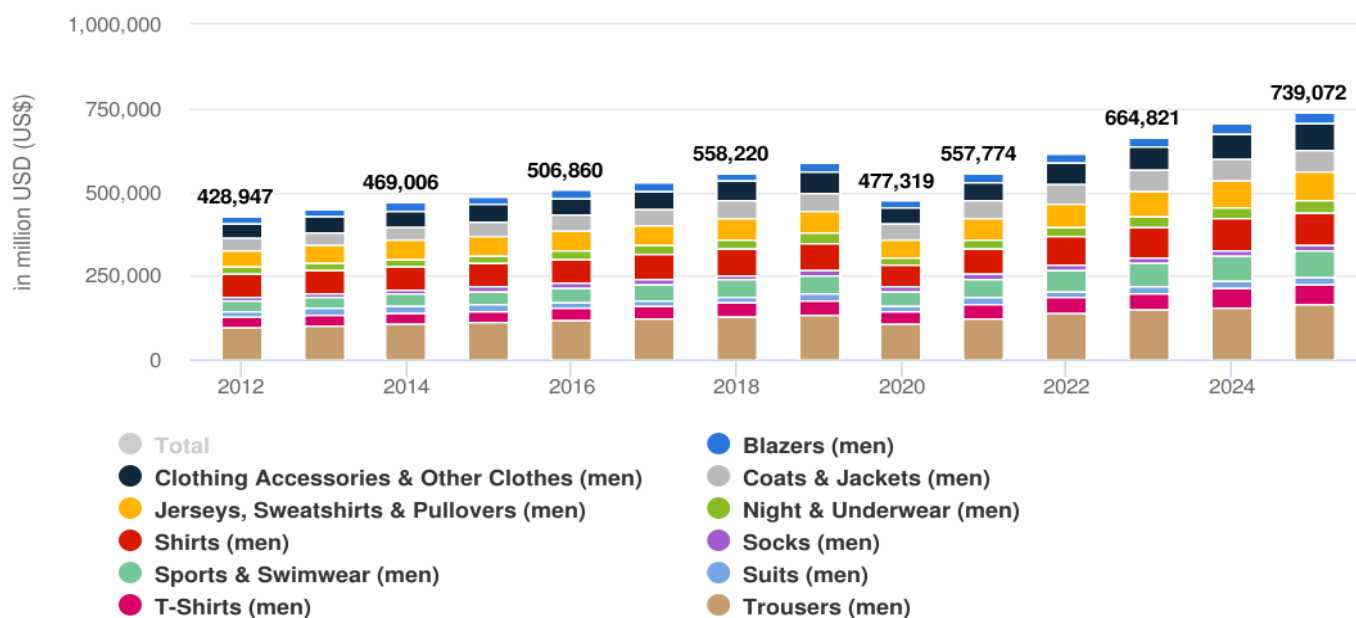
11.1.1 市场概况

纵观全球，男装销售额占到整体服装销售额的 32.7%，2020 年销售额达到 4,773.19 亿美元，其中零售电商占比 24%，约 1,145 亿美元。¹

预计 2021 年销售额达到 5,577.74 亿美元，其中零售电商占比 25%，约 1,394 亿美元。

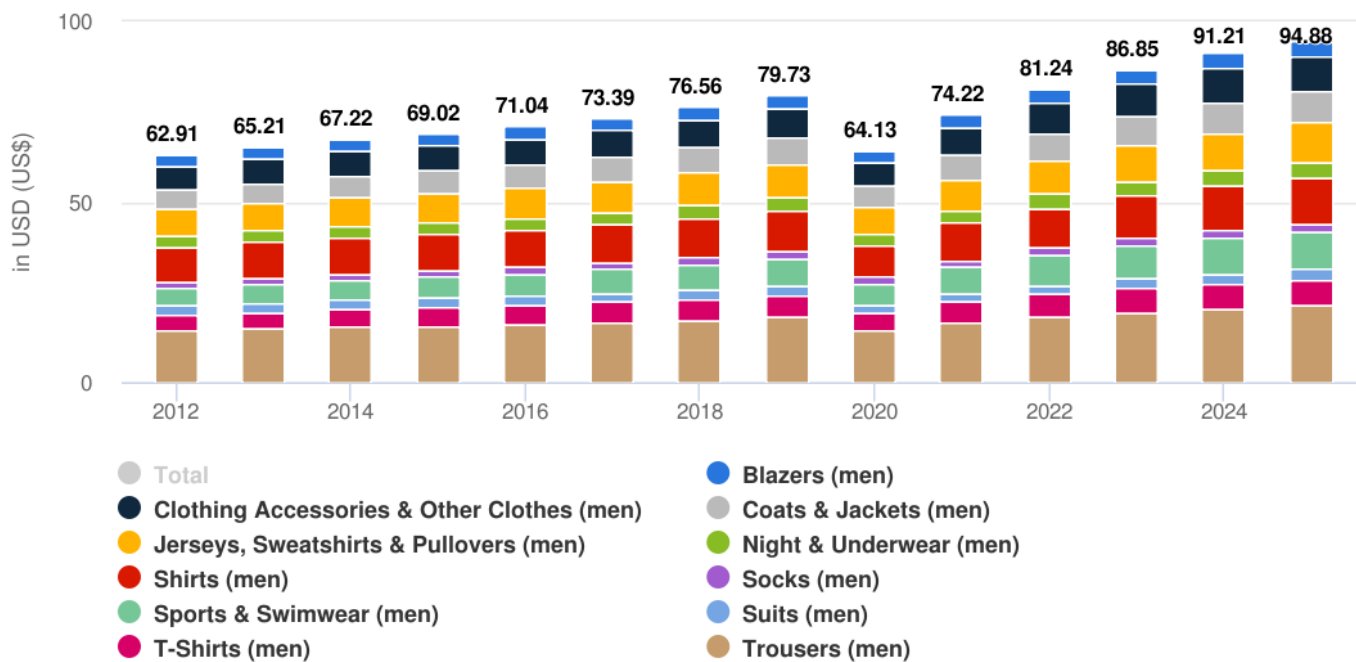
2021-2025 年男装销售额复合增长率为 7.29%（高于女装 7.08%），预计 2025 年将达到 7,390.72 亿美元。²

Men's Apparel-Revenue by Segment
million USD (US\$) (Worldwide)



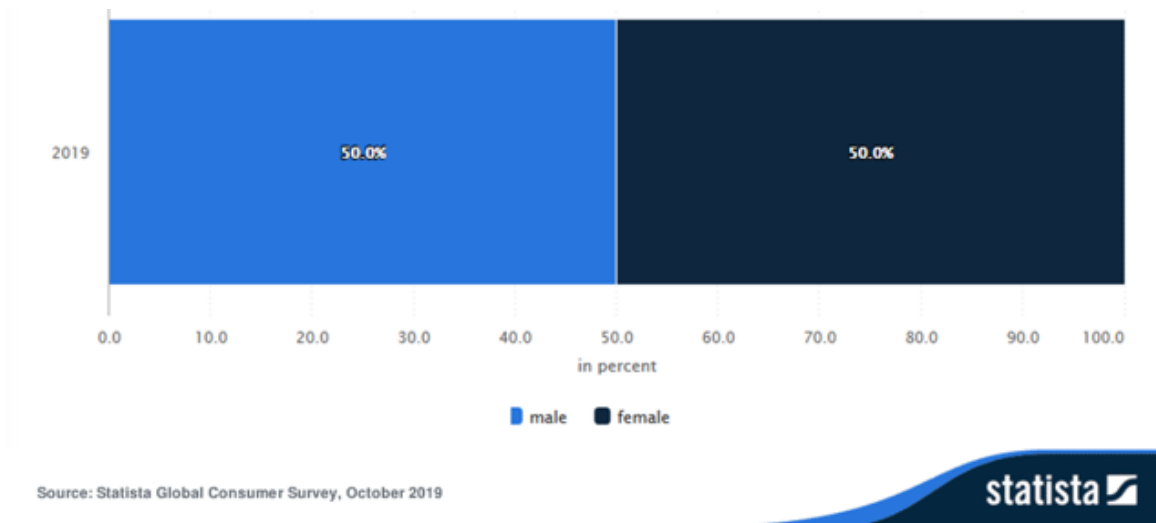
男装人均消费金额按预测于 2021 年达 74.2 美元，预计至 2025 年将达到 94.88 美元。³

Men's Apparel-Average Revenue per Capita
USD (US\$) (Worldwide)



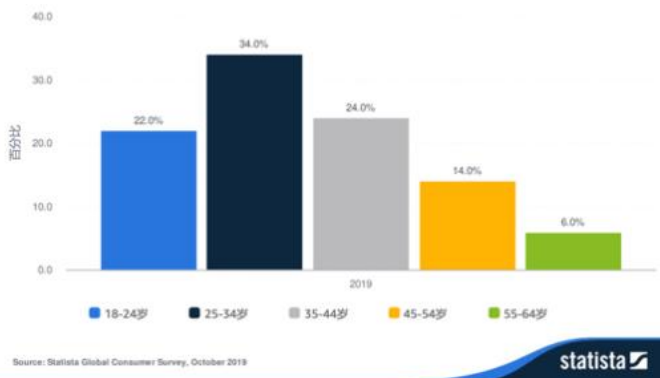
全球服装消费者的男女比例各为 50%。

Users by gender in the Apparel Market

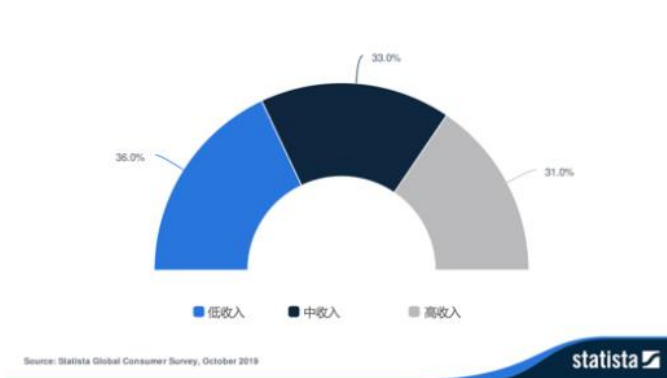


分别从年龄和收入来看，线上购买男装的消费人群，80% 集中在 18-44 岁之间，64% 为中高收入人群。⁴

服装：消费者年龄段
百分比（全球）



服装：消费者时间段
百分比（全球）



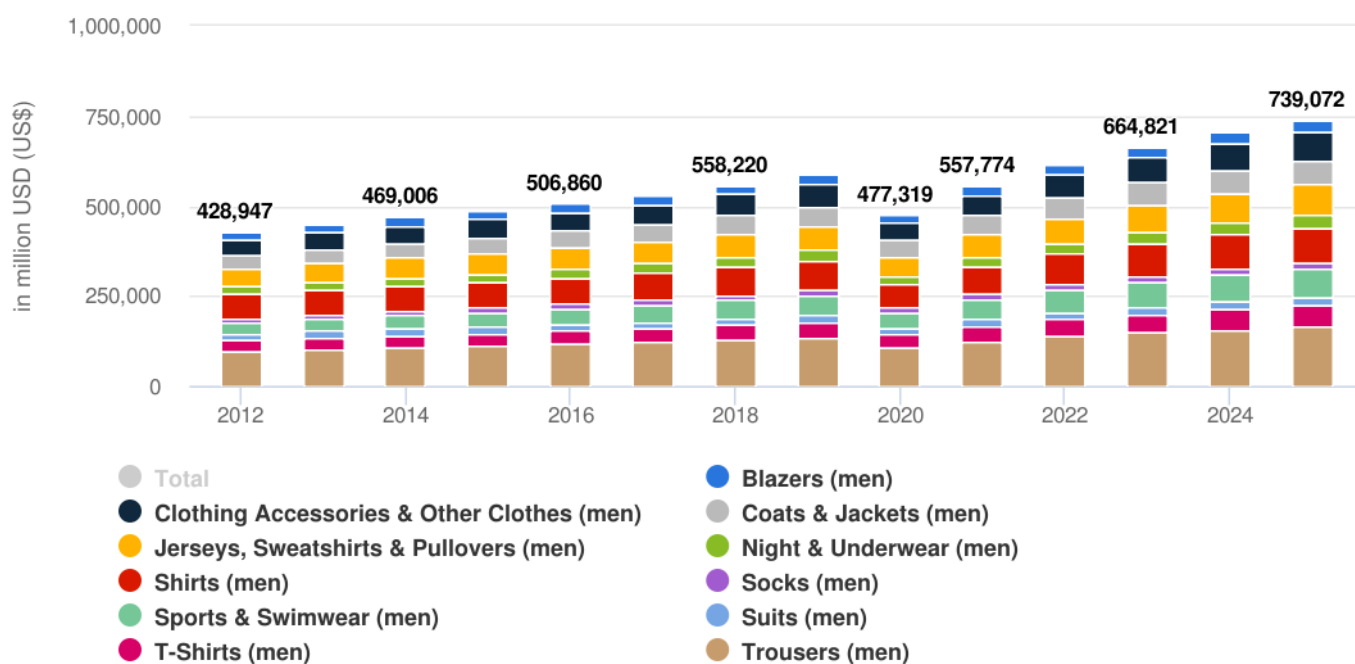
4. Fashion Users by Age, Gender, Income, Statista, 2020

11.1.2 增长速度

2021-2025 年销售额排名前五位的细分品类依次是男士裤子、男士衬衫、男士毛线衫 / 针织衫 / 套头衫、男装配件及其他、男士运动服和泳衣。

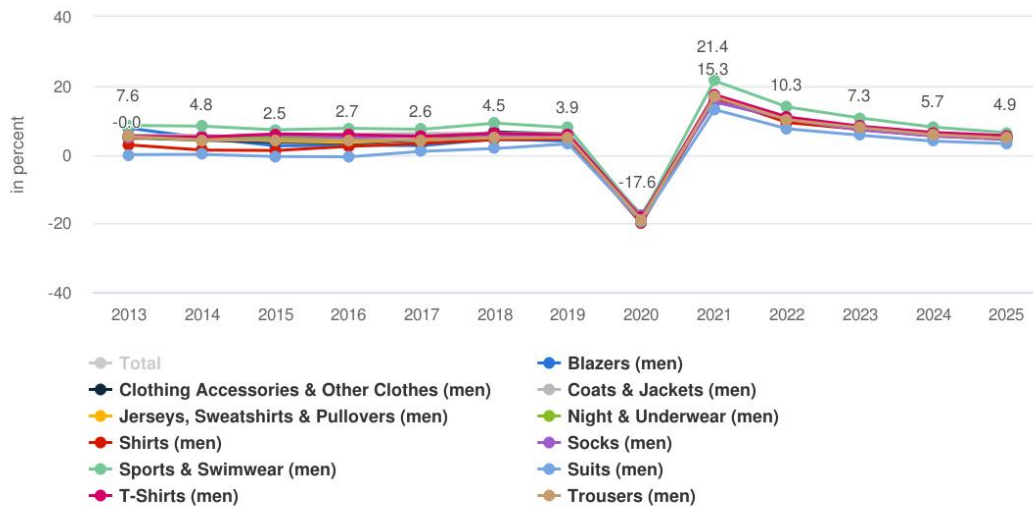
复合增长率排名前五位的细分品类依次是男士运动服和泳衣、男士 T 恤、男装配饰及其他男装、男士睡衣和内衣、男士裤子。⁵

Men's Apparel-Revenue by Segment
million USD (US\$)(Worldwide)



5. Statista, 2023

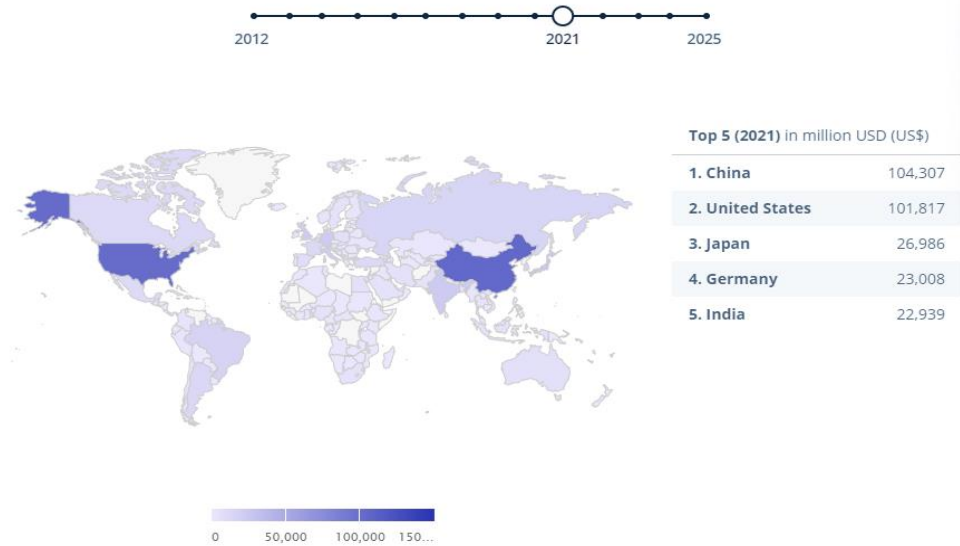
Men's Apparel-Revenue Change by Segment Percent (Worldwide)



statista

美国是全球男装产业体量第二大的国家，日本的男装产业排名全球第三，高于其服装产业整体的全球排名。⁶

REVENUE COMPARISON



Most recent update: Sep 2020

Source: Statista

6. Statista, 2023

11.1.3 消费者画像——男性消费特点



40% 的男性消费者超过一半的在线购物是通过智能手机完成的。⁷



男性只会购买满足即时需求的产品，一旦找到符合他们所有要求的东西就会停止研究，通常在 10 分钟内就能完成购物



男性的冲动购买相对不多，折扣和促销对男性的吸引力不大，57% 的男性上一次网购是因为打折而购买。⁸



价格是男性购物时考虑的最重要因素，其次是质量，再其次是可用性和品牌。当被问及名牌时，超过三分之二的男性受访者认为名牌比自有品牌贵 16% 以上。

11.2 男装品类 2021 流行趋势

11.2.1 关键色⁹



11.2.2 流行颜色和款式

1

充满活力的亮色：全面印花，艺术印花，包括立体几何印花、人脸画像或数字作为图案、超现实主义图案、巴洛克图案、大自然花卉图案或者方格花纹。

2

浅色格子纹：配上柔和的颜色，浅色的格子纹图案在春夏季的经典印花中非常突出。

3

现代迷彩：经典印花图案的抽象版本、配色大胆，往往有着出人意料的视觉效果。

9. WGSN + Coloro: Key Colours A/W 21/22

4

粗条纹：用宽条纹、多条纹和色块来维持印花的新鲜感觉，粉彩和原色的配色是春夏季的亮点，多用在衣领扣衬衫、运动衫和普通 T 恤上。

5

闪光感：以发光亮片作为装饰，使男装达到“闪闪发光”的效果。

6

1970 年代：从喇叭裤到脖子上系的围巾，有点波西米亚风格的摇滚作品的感觉。

7

拉链：兼具实用性的同时又具有装饰性，除了可以增添单品考究的细节，还能带来时尚潮流的款式。



11.2.3 流行运动服装和配件

1

运动套装：注重让人在出汗时保持舒适，带拉链夹克或运动衫作为搭配的上衣；原料多为厚重的棉质针织或人造长毛绒布料；卖家可以考虑用夹克和复古跑鞋搭配一套运动服作为商品详情页用图，看起来更时尚。

2

慢跑运动裤：口袋和新式迷彩印花图案是这一季的亮点，适合搭配简单的长袖 T 恤和长毛绒夹克。

3

双肩背包：这些配饰为日常装扮增添了运动色彩，背包上可以插入网状的尼龙衬垫、实用的口袋和精致的扣子，适合搭配靛蓝色牛仔裤、有棱纹的毛衣或羊毛大衣。

4

实用斜挎包：亮点是科技面料和实用的带扣口袋，适合搭配长袖 T 恤、棉袄、阔腿裤等。



11.2.4 男士上衣和下装

1

针织 polo 衫： polo 衫改良成了针织衫，多为温暖的中性色，有宽松的编织纹理，搭配上宽松的修身裤和休闲鞋，就能轻松打造出时尚感觉，把带扣衬衫换成针织 polo 衫，穿在西装里面，适合出席日常的聚会活动。

2

保龄球衫： 主要特征是复古剪影，包括粗条纹、热带图案和抽象图形等多种印花。四方方、轻松舒适的特点使它成为热卖品，适合搭配宽松七分裤或牛仔裤。

3

松紧带长裤： 舒适度高是亮点，面料多为透气亚麻和棉混纺，这款百搭裤可以搭配休闲鞋和宽松的衬衫，也可以搭配运动鞋和 T 恤。

4

水洗牛仔： 随着气温回升，水洗牛仔单品开始热卖，特别是衣领扣衬衣、轻量夹克、90 年代流行的直筒牛仔裤，单色牛仔装搭配中性色基本款，打造一种休闲、轻松造型。



11.2.5 男女皆宜服饰的颜色、款式、面料

1

中性色：考虑一下从头到脚的中性色调，牙色、骨色和卡其色，用象牙色针织 polo 衫和宽腿裤搭配卡其布风衣很符合目前的潮流趋势。

2

棋盘格系列：多色和棋盘格的经典印花变种，棋盘格印花的易穿式运动鞋搭配松紧带长裤和运动衫是潮流趋势。

3

彩色牛仔：多柔和、明亮的颜色，黄褐色牛仔裤搭配圆领 T 恤是潮流趋势。



11.3 亚马逊男装品类 2021 海外热卖选品指南

11.3.1 男士运动服

男士运动服

站点：美国

热销季：10月 -12月

客户画像：

- 站点目标人群：男士运动服的消费群体可按运动项目分类，主要分为室内健身一族和户外一族。室内健身可涵盖瑜伽、跑步、器械等；户外可分为登山类、露营类、自行车类、划船类、攀岩类、帆船类；
- 消费行为特点：消费者更注重质量，为了高质量可以接受高价格。功能性是核心需求，但款式和审美也不容忽视，高品质的面料，结实的剪裁，可以承受高强度的活动和天气条件（雨、雪、热、风），多功能性，一款多用。



选品建议

款式

短袖运动上衣、运动裤、运动短裤、运动背心、运动套装、运动套头衫、训练裤

颜色

以经典的黑色、灰色、深蓝色等深色系为主

材质

以聚酯纤维为主，强调透气性、速干，网眼材质，运用无缝工艺，并且有良好的弹性和延展性

价格区间

- 短袖运动上衣：20-34 美元；
- 运动裤、训练裤：26-37 美元；
- 运动短裤：22-39 美元；
- 运动背心：25-77 美元；
- 运动套装：39-51 美元；
- 运动套头衫：32-59 美元。

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

可以尝试打包方式售卖，提高性价比。强调舒适性，满足不同运动场景下的功能性设计，且设计有专门附图，解释每一个设计细节，做功能性展示

供应链 / 物流：

- 需要注意品牌效应，竞争较为激烈；
- 中国卖家可以打造价格适中、功能齐全、小而美的品牌。杭州、义乌、广州、东莞、厦门等地为运动服饰的主要产业带。

促销活动：

全年各主要的促销节点均可利用，特别是年度大促，如 Prime Day，Black Friday 和 Cyber Monday。另外，由于销售旺季在 10-12 月，产品应在 9 月完成旺季准备，比如充足的库存、多轮页面优化和转化率监测，积累评论，以便迎接旺季

11.3.2 男士内衣 / 睡衣

男士内衣

站点：美国

热销季：男士内衣全年长青，12月会迎来最高峰；男士睡衣集中在11月、12月

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 18-50 岁，以 18-40 岁为主。同时，可关注家庭亲子这一细分类别；
- 消费行为特点：追求舒适、简洁，并能体现肌肉线条。同时对季节性有特殊要求，如夏季透汗、冬季保暖等。



选品建议

款式

内衣热卖款式集中为平角内裤、汗衫、丁字裤；睡衣热卖款式为：睡衣套装、浴袍、睡裤

颜色

睡衣，集中在黑色、深蓝色、灰色等深色系；内衣，集中在白色

材质

酯纤维、尼龙、纯棉、氨纶；
强调质感柔软、舒适、透气

价格区间

- 平角内裤：17-39 美元；
- 汗衫：13-35 美元；
- 丁字裤：15-35 美元；
- 睡衣套装：20-45 美元；
- 睡袍：29-59 美元；
- 睡裤：15-29 美元。

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

打包售卖以增加性价比，也符合男士的购买习惯。强调舒适性，例如不卷边、不缩水、不掉色、透气性、亲肤感好

供应链 / 物流：

中国是内衣生产大国，产业带包括汕头、南海、深圳、中山、晋江、义乌等

促销活动：

内衣类产品要求主图不能出现真人模特。建议使用 3D 效果图，既能满足活动要求，也能展示商品设计。内衣类产品为常青款，但 11-12 月会出现全年最高峰。卖家应在 10 月前完成旺季准备，比如充足库存、多轮页面优化和转化率监测，积累评论，以便迎接旺季

男士平角裤

站点：欧洲

热销季：10月 -12月

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 18-50 岁，以 20-35 岁为主要消费群体；
- 消费行为特点：追求舒适、简洁，并能体现肌肉线条。同时对季节性有特殊要求，如夏季透汗、冬季保暖等。



选品建议

款式

内衣，以平角裤最为热卖

颜色

以经典的黑色、白色、深蓝色等基础色系为主

材质

以棉为主，强调舒适性和可延展性。
可机洗也是消费者关注的重点

价格区间

- 英国、意大利和西班牙的客单价相对较低：15-30 美元；
- 德国和法国的客单价相对较高：25-40 美元。

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

热销尺码段为 L、M、XL。可以尝试以打包方式售卖，提高性价比和颜色丰富度

促销活动：

第四季度是该品类的旺季，同时也是促销活动最多的时候，建议结合大促进行销售

供应链 / 物流：

- 为第四季度旺季做准备，9 月完成上新，10 月前保证货物充足
- 中国是内衣生产大国，产业带包括汕头、南海、深圳、中山、晋江、义乌等

11.3.3 男士外套

男士外套

站点：美国

热销季：集中在第四季度，在 12 月达到全年销售最高峰

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 18-50 岁，以 25-35 岁为主要消费群体；
- 消费行为特点：男士消费者越来越倾向于网上购衣（41%），相对于女性用户，更频繁地选择亚马逊（53% vs 45%）。在外套的选择上，更注重舒适、功能（如保暖、防风、透汗）、简洁方便。在购物体验上，追求一目了然地找到心仪的产品。



选品建议

款式

休闲外套、皮衣、羽绒服、羊毛大衣、羊毛衫、背心

颜色

以深色系为主

材质

羊毛、聚酯纤维、羽绒、皮革、混纺纤维、涤纶、棉等

价格区间

- 休闲外套均价：39-69 美元；
- 皮衣：69-159 美元；
- 羽绒服：59-149 美元；
- 羊毛大衣：49-89 美元；
- 羊毛衫：39-69 美元；
- 背心：39-129 美元。

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

商务、休闲风格并存。强调功能性，例如保暖、可机洗、防风防雨、多口袋设计、袖口可调节、加热功能

供应链 / 物流：

中国是羽绒服、羊绒大衣以及皮衣生产大国，主要集中在浙江、广东等地。同时卖家要注意培养自己的设计团队，在产业带地区较容易找到接受定制款式的供货商

促销活动：

由于外套有明显的季节性，销售旺季集中在 10 月至次年 1 月，因此，卖家应该在 9 月完成旺季准备，包括充足库存、多轮页面优化和转化率监测，积累评论，以抓住第四季度节日季、Black Friday、Cyber Monday、圣诞等重要节假日促销节点，争取被推荐上活动；密切关注 1 月销售情况，以便尽早调整库存和价格，避免造成过季产品的库存冗余

男士外套

站点：欧洲

热销季：集中在第四季度，在 12 月达到全年销售最高峰

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 18-50 岁，以 25-35 岁为主要消费群体；
- 消费行为特点：欧洲消费者在男士外套的选择上，更注重舒适性、功能性（如保暖、防风、透汗）、是否简洁方便。



选品建议

款式

冲锋衣、冬季夹克、中长款羽绒服

颜色

热卖款颜色以深色及其他基础色为主

材质

聚酯纤维、棉、尼龙等

价格区间

外套的平均单价比其他细分品类略高，热卖产品的平均客单价在 80-135 美元之间

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

拉链、口袋以及帽子的设计或成为卖点。强调产品的防水、防风性能与保温功能。可机洗也是消费者关注的卖点之一

供应链 / 物流：

第四季度是该品类的旺季，同时也是促销活动最多的时候。建议结合大促进行销售

促销活动：

- 为第四季度旺季做准备，9 月完成上新，10 月前保证货物充足；
- 中国是羽绒服、羊绒大衣以及皮衣生产大国，主要集中在浙江、广东等地。同时卖家要注意培养自己的设计团队，在产业带较容易找到接受定制款式的供货商。

男士外套

站点：日本

热销季：9月 - 次年2月

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 16-50 岁。其中，以 28-35 岁的中青年消费者为主。随着信息化以及经济保守化的进程，日本年轻一代的消费者也越来越趋近于欧美消费群体；
- 消费行为特点：在秋冬外套的选择上，追求简洁、便利和功能性。由追求高端品牌转变为追求性价比与功能性。款式设计上也向欧美风格倾斜，不再坚持一板一眼的正式感，而是强调保暖、休闲、合身。



选品建议

款式

- 羽绒服：款式以合身为主，保暖为基本诉求；
- 大衣：简洁款式，以搭配西装的商务场合需求为主，追求质感，多以修身款式为主；
- 夹克：以素色为主，构成与风衣和针织衫相配的休闲风格，整体设计简单、修身；
- 背心：V 领毛衣背心配合衬衫西装、电热背心。

颜色

- 羽绒服：以纯色深色系为主，如黑色、藏青色、军绿色；
- 大衣类：黑色、灰色、米色、深棕色、卡其色；
- 夹克类：灰色、黑灰色、卡其色、米色、藏青色、深灰色、深绿色。

材质

- 羽绒服：聚酯纤维；
- 大衣：羊毛、涤纶、棉、尼龙；
- 夹克：聚酯纤维、棉、尼龙、涤纶、摇粒绒；
- 背心：聚酯纤维、羊毛、棉。

价格区间

- 羽绒服：5,000-40,000 日元；
- 大衣：3,000-20,000 日元；
- 夹克：3,000-7,000 日元；
- 背心：1,500-3,000 日元；
- 电热背心：1,500-6,000 日元。

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

- 羽绒服：重视保暖、防水、抗风等特性，连帽、立领设计增加保暖性，强调袖口和下摆的细节，以及内层口袋设计的便利性；
- 大衣类：通常配合西装穿搭，页面重视有质感的视觉体验，强调时尚感及工艺细节；
- 夹克类：以春秋款夹克为主，追求轻量保暖，突出领子、袖口、下摆的设计，保暖性和灵活性并存。基本的收纳口袋数量要足够，可增添袖笔位等小细节；
- 背心类：常规背心以商务穿搭为主。近几年逐渐流行起电热背心，即背心内置碳纤维加热器，可以调控温度级别，并采用透湿性强的面料。电热背心采取拉链设计，穿脱方便，顾客追求；
- 轻薄、柔软、保温效果好、不易变形等特性。电池需要 PSE 认证。附图要清晰地展示衣物结构与功能，体现安全性和专业性。

供应链 / 物流：

中国是羽绒服、大衣和外套的主要生产大国，产业带主要集中在浙江和广东

促销活动：

主要集中在下半年，特别是 Black Friday、Cyber Monday、圣诞、新年等冬季促销活动，是卖家不可错过的重要节点

11.3.4 男士上衣

男士上衣

站点：美国

热销季：全年销售平稳，12月迎来峰值

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 18-50 岁，主要集中在 25-35 岁之间。根据社会身份区分，一般为职场人士，集中在初入职场、公司基层以及中层管理者范围内。绝大部分拥有稳定的家庭关系，注重生活；
- 消费行为特点：追求可搭配性、基础性与舒适性。



选品建议

款式

针织上衣、衬衫、休闲梭织上衣、运动衫、毛衣、T 恤、Polo 衫

颜色

偏深色

材质

聚酯纤维、纯棉、亚麻、涤纶

价格区间

- 针织上衣：15-39 美元；
- 休闲梭织上衣：19-39 美元；
- 运动衫：20-59 美元；
- 毛衣：20-69 美元；
- T 恤：9-29 美元。

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

男士上衣以基本款为主，注重突出实用性，比如舒适、耐磨、性价比等

供应链 / 物流：

- 中国是衬衣、毛衣、T 恤的生产大国，长江三角与珠三角的男士上衣产地可以供货全球，比较容易采购；
- 卖家可多关注 Instagram 等 KOL 或流行美剧的男士穿搭，培养自己的设计团队，在产业带找到能够接受定制生产的供应商。

促销活动：

全年各主要的促销节点均可利用，特别是年度大促，如 Prime Day、Black Friday 和 Cyber Monday。

另外，由于销售旺季在 11-12 月，产品应在 9 月完成旺季准备，比如充足库存、多轮页面优化和转化率监测，积累评论，以便迎接旺季

男士上衣

站点：欧洲

热销季：第二季度和第四季度

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 18-50 岁，以 25-35 岁为主要消费群体；
- 消费行为特点：欧洲消费者对男士上衣的需求集中在简洁、舒适、基础。同时，对于一些特殊场合，如圣诞节、St Patrick Day，他们也会选购场景专用的上衣。



选品建议

款式

帽衫、圣诞丑毛衣、白色打底衫

材质

纯棉、聚酯纤维、针织

价格区间

- 针织上衣：15-39 美元；
- 休闲梭织上衣：19-39 美元；
- 运动衫：20-59 美元；
- 毛衣：20-69 美元；
- T 恤：9-29 美元；

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

帽衫注重舒适性，兼具设计感，主要关注胸口、领口以及袖子处

供应链 / 物流：

- 第四季度旺季做准备，9 月完成上新，10 月前保证货物充足；
- 中国是衬衣、毛衣、T 恤的生产大国，长江三角与珠三角的男士上衣产地可以供货全球，比较容易采购。

促销活动：

第二季度和第四季度是该品类的旺季，同时也是促销活动最多的时候。建议结合 Prime Day、Black Friday、Cyber Monday 等大促期间进行销售。圣诞丑毛衣是季节性和场景性特别强的选品，更需要在旺季加大促销，收获最大销量

男士上衣

站点：日本

热销季：3月 -10月

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 18-50 岁，以 28-35 岁的中青年消费者为主。在休闲上衣这个品类上，日本年轻一代的消费者越来越国际化，亚洲特性不再明显，趋近于欧美消费群体；
- 消费行为特点：日本年轻一代注重性价比，同时追求个性、时尚。由于休闲类社交活动通常出现在都市人口密集区，因此街头时尚感是购衣时的重要驱动力。另一方面，他们倾向于选择舒适、亲肤的材质，穿着舒适、便利。此外，一些基础款，如能快速切换成商务内搭，也会受年轻人青睐。



选品建议

款式

- T 恤：圆领、V 领、长袖、短袖和七分袖；
- 卫衣：拉链、套头、有帽或无帽、宽松款式；
- 休闲衬衫：通常做外搭使用，款式修饰身形，胸前设计口袋。

颜色

- T 恤：做商务内搭多为黑、白、灰基本色；休闲款，如果是纯色系，则需提供丰富的颜色；
- 卫衣：以素色为主，如黑色、灰色、深棕色、藏青色、白色；
- 衬衫：以藏青色、军绿色、灰色为主。

材质

棉、聚酯纤维

价格区间

- T 恤：1,000-3,000 日元；
- 卫衣：2,000-5,000 日元；
- 衬衫：1,000-3,000 日元。

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

- T 恤：追求亲肤、柔软质感，抗菌防臭，领口和袖口不易变形。T 恤做商务内搭时应注意袖长及衣长是否合适，不会超出衬衣。印花图案的休闲款 T 恤，要注意打造街头时尚感。领口标签可考虑用热转印代替实物标签，增加舒适性；
- 卫衣：如果是彩色印花，重视印花设计质量，整体页面风格，时尚感要强，注意色牢度及物厚度以及口袋处的印刷细节，领口抽绳处可使用金属孔，同时强调袖口、肩部、下摆的细节，增加整体品质感。卫衣的衬里面料触感要好；
- 衬衫：面料通气性好、不易起皱，胸前口袋以及领子、袖口可做细节区分。

经营建议

促销活动:

基本上全年的促销节点均可利用。上半年，包括 2 月情人节、3-5 月的运动季等，而大型活动集中在下半年，包括 Prime Day、Black Friday、Cyber Monday 和圣诞节等

供应链 / 物流:

传统产业带集中在浙江、广东、福建等地。但近年来国内很多地区已逐步形成具有一定规模的生产基地。卖家不难找到货源。因此，卖家如果想脱颖而出，应该多注意培养自己对日本街头时尚的理解，形成自己的审美能力与设计能力

11.3.5 男士通勤服

男士通勤服

站点: 日本

热销季: 全年

客户画像:

- 站点目标人群: 涵盖 18-50 岁，以 28-35 岁的中青年职场人员为主;
- 生活消费行为特点: 职场是日本男性最重要的生活场景，同时也是他们心理上最重视的场景。因此，对于职场形象，白领阶层要突出质感与精英感，用来打造专业、干练的形象；蓝领（或专业人士）阶层则青睐于去选择符合自己工作环境与特性的职业服或者工作服，凸显专业性与功能性。



选品建议

款式

- 西装：多为三件套装，西装、背心、裤子；
- 衬衫：多为五件套装或三件套装，可提供普通款和修身款，两种选择；
- 空调服：长袖、短袖、无袖款，由空调服、风扇、充电线、电池、充电器组成，通过 3D 立体循环吹送风，沿着身体表面流动大量空气，加速汗液蒸发，迅速实现排气和散热；
- 毛织开衫：V 领型开衫，中长款以优化身形。

颜色

- 西装：以素色纯色为主，如黑色、藏青色、灰色，或方格花纹；
- 空调服：以白色、灰色等淡色系为主；
- 商务衬衫：纯白色、浅蓝色、浅灰色或条纹款；
- 毛织开衫：以灰色、藏青色、卡其色、黑色等素色为主。

材质

西装：聚酯纤维、羊毛混纺
 空调服、毛织开衫、衬衫：聚酯纤维、棉

价格区间

- 西装（三件套）：5,000-10,000 日元；
- 衬衫（单件）：1,500-3,000 日元；
- 套装：3,000-7,000 日元；
- 毛织开衫：1,500-6,000 日元；
- 空调服：3,000-18,000 日元。

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

- 西装：安装垫肩的肩部设计可改善日本人特有的窄肩、溜肩的体型缺陷。长度，可设计稍短，增加腿长的视觉效果，重点突出内衬细节花纹以及领口、袖口的细节。面料不会变形，不会产生毛球，塑造纤细的身形；
- 空调服：选用高密度速干面料，耐火，具有 UV 防晒防紫外线功能。风扇和电池重量各 200g 左右，轻量设计，电池需要 PSE 认证。重视细节，如拉链品质、袖口、下摆松紧度、预留笔和烟的收纳位等。附图要清晰地展示衣物结构与功能，体现安全性和专业性；
- 商务衬衫：附图应突出领口、肩、袖口、口袋、纽扣及下摆处的细节设计，衣领、袖口通过 各式设计和颜色的组合，使衬衫整体看起来优雅；
- 毛织开衫：通过织纹细节来塑造高级感，尤其针对袖子和下摆细节的编法，下摆注意留余量，不要太紧，以方便叠穿，搭配同色系纽扣配饰；面料柔软、亲肤，防毛球工艺。

供应链 / 物流：

产业链集中在浙江、广东等地。在货源选择上，应选择具有一定出口日本市场经验的厂家，在产品细节、包装等方面，确保能满足日本消费者的严格要求

促销活动：

基本上全年的促销节点均可利用。特别是每年新年、四月和十月的入社日等。此外，传统的年度大促，如 Prime Day、Black Friday、Cyber Monday 和圣诞节，也不容错过

11.3.6 男士裤装

男士裤装

站点：日本

热销季：1月 -12月

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 16-50 岁，以 28-35 岁的中青年消费者为主。随着信息化以及经济保守化的进程，日本年轻一代的消费者也越来越趋近于欧美消费群体；
- 消费行为特点：日本男性客户在裤子的选择上，越来越倾向于休闲、舒适、合身，即使在通勤场合，也有很大部分的消费者会选择商务休闲款；而非通勤场合，则还要突出便利性，如腰部的设计、口袋、拉链等。



选品建议

款式

休闲裤、工装裤

颜色

- 休闲裤：以素色为主
- 工装裤：黑色、深灰色、深棕色、卡其色、藏青色、军绿色
- 价格区间：1,500-4,000 日元

材质

休闲裤：棉、聚氨酯
工装裤：棉

价格区间

1,500-4,000 日元

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

- 休闲裤：通勤、休闲场合均可。面料带弹力，塑造腿部纤细轮廓的同时也满足舒适需求，重点展示裤脚、口袋、拉链处的细节，口袋有深度，易于收纳，通气性好、弹性好、品质感强，不易起皱，页面展示多角度穿着效果
- 工装裤：工装裤拉链、口袋数量多，以 6 或 8 为佳，页面注意展现细节、品质

供应链 / 物流：

产业带主要集中在浙江和广东，近年来国内其他很多地区也已逐步形成具有一定规模的生产基地

促销活动：

基本上全年的促销节点均可利用

11.3.7 男士配饰

男士配饰

站点：美国

热销季：全年销售平稳，销售高峰为 12 月

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 18-50 岁，主要集中在 25-35 岁之间。社会身份，一般为职场人士，集中在初入职、公司基层和中层管理者范围内。绝大部分拥有稳定的家庭关系，注重生活；
- 消费行为特点：男性消费者在配饰的选择上，首先注重的是功能性，其次是时尚性。同时强调场景，在每一个场景下强调物品的品质与专业性。



选品建议

颜色

帽子 / 保暖帽子、皮带、小皮革制品，例如卡片夹、钱包等、领带、手套 / 触摸屏手套、吊裤带、方巾

材质

真皮、真丝、合金金属配件

价格区间

- 帽子 / 保暖帽子：8-29 美元 / 9-35 美元；
- 皮带：10-30 美元；
- 小皮革制品：9-29 美元；
- 领带：8-19 美元；
- 手套：9-29 美元；
- 吊带：9-39 美元；
- 方巾：9-29 美元。

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

耐用，注重户外使用场景；强调功能性，例如保暖、透气、防划痕；可以作为送给男士的礼物

供应链 / 物流：

供应链集中在浙江和广东地区，如义乌的围巾和丝巾、诸暨的袜子、海宁的皮带等

促销活动：

男士配饰全年需求平稳，部分选品，如保暖类的，会呈现季节性需求。另外，消费者喜欢选择男士配饰作为男性礼物，因此，情人节、父亲节、圣诞季销售会出现高峰，卖家可以在此期间积极参加活动，进行销售

男士配饰

站点：欧洲

热销季：第二季度和第四季度

客户画像：

- 站点目标人群：涵盖 18-50 岁，涵盖 18-50 岁，以 20-35 岁为主要消费群体；
- 消费行为特点：男性消费者在配饰的选择上，首先注重的是功能性，其次是时尚性。同时强调场景，在每一个场景下，强调物品的品质与专业性。



选品建议

款式

第四季度，以保暖功能为主，包括帽子、围脖、围巾和手套。同时皮带和背带这样的长青配饰销量也不落后

材质

- 保暖类：纯棉、聚酯纤维、羊毛；
- 其他配饰：真皮、亚克力。

价格区间

- 保暖类：15-20 美元；
- 皮带：15-25 美元。

经营建议：

经营建议

页面及卖点：

- 保暖类：质感和舒适度是该类产品最重要的特性；
- 皮带：在详情页要表明产品尺寸，以便顾客更好选择。

促销活动：

男士配饰全年需求平稳，部分选品，如保暖类的，会呈现季节性需求。另外，消费者喜欢选择男士配饰作为男性礼物，因此，情人节、父亲节、圣诞季销售会出现高峰，卖家可以在此期间积极参加活动，进行销售

供应链 / 物流：

供应链集中在浙江和广东地区，如义乌的围巾和丝巾、诸暨的袜子、海宁的皮带等

11.4 男装品类户外运动服装面料 - 欧美日消费者

热爱户外运动催生巨大商机

11.4.1 户外运动正时髦，服装性能要求高

近年来，伴随健康化生活的兴起，户外运动逐渐成为人们日常消遣的一种基本生活方式，以发达国家尤为盛行。它不再是聚焦专业领域的小众群体活动，而是兼具运动和旅游双重功能，引得越来越多的人参与到户外运动中来。因此，户外运动装备在各个站点的需求增大（数据：2020 户外用品市场规模）。其中，对能够应对不同季节、不同场景的功能性运动服的需求也在增长。

户外运动服装市场需求大，2020 年可达 435 亿美元。

2020 年，
户外运动服的销售额在不同站点分别达到了：

预计 2020-2024 销售额也会持续增长，复
合年增长率将达到：



10. [Sports & Outdoor in the United States, Statista, 2020](#)

11. [Sports & Outdoor in Europ, Statista, 2020](#)

12. [Sports & Outdoor in Japan, Statista, 2020](#)

具体到更细分的运动服装类型，则要取决于各国消费者所钟爱的户外运动类型。

国家	户外人口比例	热门户外运动
美国	近半数 ¹³	跑步、慢跑、越野跑、钓鱼（淡水、海水和飞钓）、徒步、公路 / 山地骑行、极限小轮车、野营（汽车、庭院、背包、房车）
英国	55.4%	徒步、公路自行车、登山、越野跑、滑雪、攀岩、划船、钓鱼、滑翔、高尔夫、户外足球
德国	约 6 成	滑雪、徒步、骑行、潜水、跑步等
法国	半数以上 ¹⁴	登山、攀岩、悬崖速降、山地自行车、露营、野外生存、滑雪、漂流等
日本	半数以上 ¹⁵	棒球、钓鱼、游泳、登山、徒步、跑步等

此外，消费者在购买户外运动服时，除了考虑多功能性，还会考虑服装的耐受性。这是由于欧美日家庭在日常生活中，大都使用烘干机来清理服饰。

13. [2019 Outdoor Participation Report, Outdoor Industry, 2019](#)

14. [欧洲：户外产业发源地，行业发展与国民经济相辅相成, 中为咨询](#)

15. [Japan: How many hours a week do you exercise/participating in sport activities?, Statista, 2018](#)

11.4.2 欧美日消费者对户外运动服装需求各异

总体来讲，欧美消费者对于运动服装的普适性较强。日本消费者则对专业性和功能性要求高，卖家更需要考虑场景化应用。

面料类型偏好差异

- 美国消费者倾向于棉质面料¹⁶，这是因为美国消费者更加注重户外运动服的舒适、合身和透气性；
- 对于欧洲消费者来说，德国和意大利人更喜欢主动选择面料。其中，欧洲消费者普遍对棉质面料表示认可，得益于棉具有诸多的优点，如质量上乘、手感柔软、透气性佳。而他们最不能接受的面料则为聚酯纤维¹⁷；
- 日本户外运动更趋专业性和细分化，再加上日本在化学和材料领域本身成就突出（截至2019年共7位诺贝尔化学奖得主），日本消费者对于面料专业性和细分功能上更为“挑剔”。基于此，日本消费者对面料的偏好更多是基于户外运动专业性上的需求，因此更喜欢功能型纤维的服饰¹⁸。

16. 搜狐网

17. 全球消费者面料购买偏好分析, 全球纺织网

18. 日本的功能性纤维简直让人目瞪口呆, 全球纺织网, 2019



面料品质要求差异

由于日本和欧美国家的文化思维差异带来的使用习惯不同，在选择户外服装上，对面料品质的要求等级也有所差别。

- 欧美国家消费者对待服装的原则是“穿坏就换”，选择服饰是综合考虑价格、样式、质量的结果，注重产品的性价比。因此，在服饰面料品质的要求上，相对日本来说要弱一些。在欧美站点销售户外服饰时，面料要选择价格和面料品质都表现不错的中等面料；
- 日本消费者追求高精尖产品，追求长穿不坏。因此，在面向日本站点销售户外服饰时，对面料品质，如色牢度、色差、垂感、面料立体感等方面要重点把控。另外，日本有着很全面且严谨的质检体系，甚至已经到了专注完美的苛求程度，对于在日本站售卖的服饰会被要求进行 100% 全品检验。不同的销售方式和销售渠道之间质检要求会不同，甚至是不同面料、不同款式也有不一样的质检方式。相对应的，日本消费者也是对价格最不敏感的，因此卖家选择面料时可从高品质出发。

面料功能性需求差异

户外运动服饰，往往具有吸湿排汗、防水防风、保温等功能加持。然而，由于在户外运动类型方面，日本更加专业化而欧美相对普适化，这导致对服饰的功能性要求上面也有所差异：

- 美国站点对功能性的要求主要集中表现为：透气性、吸湿快干、控温性。但要求相对来讲比较宽松，譬如吸湿排汗的标准，通常达到 1 级即为合格品；
- 由于欧洲国家喜爱远足户外运动，因此，欧洲消费者普遍希望户外运动服饰能够具有抗皱、抗污功能，方便携带。此外，60% 的德国人和 50% 的英国人更偏好具有防水性能的服装¹⁹；
- 日本站点展现出对面料功能性的超高要求²⁰。

具体来说，日本消费者对面料的功能性要求主要表现在吸湿排汗、保温、防水，这些功能上的标准要比欧美更高。

以防水功能为例，日本站点不仅是简单的防溅水，而是要求达到防泼水、防喷淋的效果。在吸湿排汗上，日本会要求达到 2-3 级的标准。日本的户外服饰面料通常添加化学成分及涂层，保证服装既能吸湿排汗，也能防水，因此，中国卖家若想进驻日本功能性户外服装领域，对于面料功能上，要高标准、严要求。

面料选择小建议：

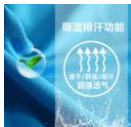
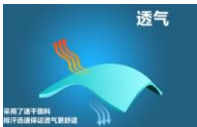


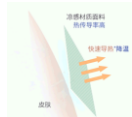




面料最好选择带有日本标志的，供应商最好选择有日本经验或者给日本出单者，确保产品高质量。

19. 全球消费者面料购买偏好分析, 全球纺织网

20. 欧洲纺织服装——市场分析篇, 搜狐网, 2019

11.4.3 户外运动服——功能性面料划重点

- 夏季服装面料：夏季跑步露营，户外运动服装既需轻薄透气，也要吸湿快干，若是外套，最好有防水功能；

材质	功能	描述
人造纤维	吸湿快干	运动 T 恤的面料多使用人造纤维，如聚酯纤维或尼龙，它们更加强韧，适合运动需求。  
抗菌面料	天然洗衣粉	运动过程中出汗容易产生异味。抗菌面料具有良好的抗菌作用，能够消除异味，使衣物保持整洁。贴身穿着的运动服装选用具备抗菌抑味功能的面料，可使运动者在运动过程中长时间保持清爽。 
纱线面料	清凉一夏	新型冰凉感纱线织造的面料，具有迅速扩散体热、加速汗水排散与降低体温的作用，穿在身上可感受到瞬间凉快的感觉。   
防紫外线面料	远离晒伤	防止紫外线对人体的伤害，已经被越来越多的消费者所重视。面料本身的防紫外线功能可达到 UPF50+，长袖的外套可使遮阳效果更加全面，为户外运动者提供更好的防护，比如运动外套既可挡小雨，也可防紫外线。 
防泼水表面涂层	运动不间断	在户外运动时难免会遇到阴雨天，运动薄外套如果是用表面做了防泼水处理的面料，形成荷叶效果使水珠滑落，这样，小雨也不会妨碍运动。 
轻薄面料	透气便携	运动外套轻薄透气，在运动时可把身体产生的湿气轻易排出，不会闷热；轻薄的面料使得服装的可收纳性极强，折成一小包，随意放口袋或绑腰间，完全不影响运动。 

- 冬季服装面料：冬季，环境和气候变化无常，为抵御风雨冰雪的侵蚀，我们可以利用功能性面料来开发出适合的冬季产品。

材质	功能	描述
防水防风面料	防水又透气	<p>防水面料内层会通过复合一层薄膜或涂层来达到既防水又透气的效果，薄膜或涂层中的微孔比水分子小，又比气体分子大，可以在阻挡雨水的同时挥发身体的汗气。而在面料的外层表面，同样也是做了拒水涂层处理，使衣服表面形成了荷叶一般的拒水效果，雨水落在衣服上会迅速滑落，不会被面料吸收，沾湿衣服。此类面料既可制作专业的登山户外服装，也可用于时尚风衣。</p>     
保暖抓绒	保暖达人	<p>抓绒面料 (Polar fleece) 具备良好的保暖性，蓬松轻巧，不吸水、易快干的功能，它模仿了羊毛温暖和柔软的触感以及羊毛的特性，但颜色和纹理更丰富，自诞生以来一直是冬季保暖面料的首选，在美国和欧洲都受到广大消费者的喜爱。抓绒面料可以制作各种款式的服装，如运动外套、短款夹克或长款大衣等。</p>     
软壳面料	防风又保暖	<p>软壳面料一开始是在户外运动领域使用，它是一种具有防风保暖效果的多功能面料，由两层面料复合而成，表层为密度较高的耐磨梭织面料，底层为亲肤的针织绒面。它比起抓绒面料有更好的防风性能，比起防水面料又更加柔软，穿起来更加舒适。</p>     

11.4.4 几个身怀绝技的功能性面料品牌

面料玩家	技能点	必杀技
Coolmax	<ul style="list-style-type: none"> 为全球服装和卫材行业生产先进的纤维； 全球知名品牌、创新产品、技术专长以及强大的营销支持可为产品增值； 为所有类别的服装提供了舒适和持久性能的优势²¹。 	强大的透气性、湿气控制性 ²²
Lycra	<ul style="list-style-type: none"> 人造弹性纤维，可拉伸至原始长度的 6 倍，并能回复到原始状态，如此循环往复； 为舒适度、合身性、活动自由度及定形效果赋予全新的定义； 现今已运用于所有的服饰类别中²³。 	打造无与伦比的舒适、合身的穿着体验
Goretex	<ul style="list-style-type: none"> 世界领先的膨体聚四氟乙烯 (ePTFE) 技术； 为穿用者提供舒适和保护，以应对人类已知的最严苛环境； 戈尔将 GORE® 纤维应用到纺织品当中，让服装强韧、耐用及不可穿透²⁴。 	硬核防水透气，无畏户外极端环境
Event	<ul style="list-style-type: none"> 创造了“干燥系统”，彻底改变了防水 / 透气类别，该系统可立即排干通常在出汗时积聚在衣服中的水分。没有多步骤的过程，没有内部潮湿的感觉²⁵； 为运动员、冒险家和专业人士提供了防水 / 透气服装的更好选择。 	防水性好，透气性更好，体验清爽穿着
Polartec	<ul style="list-style-type: none"> 织物科学的高水平； 产品范围从轻质的吸湿排汗和散热织物，到保温和防风雨纺织品，并被领先的消费品牌，如美国军方和其他全球军方、耐火材料、工作服和装潢行业所采用²⁶。 	保暖抓绒界的先锋

21. [COOLMAX](#)

22. [什么是 Coolmax? Coolmax 面料有什么特点?](#), 2017

23. [What Is LYCRA Fiber?](#), LYCRA

24. [Apparel & Textiles](#), GORE

25. [About EVENT](#), EVENT

26. [A Brief History Of Polartec](#), Polartec

11.4.5 亚马逊商品描述中展示出面料优势的关键词：专业、详细、可视化

基础版：

使用 A+ 页面展示面料细节，特殊功能标签化丰富完整的图文介绍，包含通过对面料材质、制作过程、特殊功能、优势卖点，重点功能（防水、防风等）采用标签突出。消费者无需到实体店也可以对产品有全面的了解，优化线上消费体验。



升级版：

添加视频展示更直观通过小实验视频，直观展现服装面料功能性。视频中用科普讲解、对比、提供使用场景等多种方法给消费者直观地展现面料的特点和优势，使消费者明确该服饰的使用场景，更加精准定位消费者需求。

豪华版：

添加 KOL 和真实买家视频分享传达更加客观、真实、全面的信息。

商品描述

跑步短裤帮助您保持干爽和凉爽，而 7 英寸内接缝提供全方位的活动，弹性腰带带有

特点

1. 弹性腰带，带内部抽绳
2. 吸湿排汗技术可吸走身体的汗液
3. 内部网眼衬里提供最大的覆盖和支撑
4. 内置 4 向弹力结构，随您左右移动

包装尺寸: 8 x 6 x 0.3 cm
 Amazon.cn 上架时间: 2020年1月19日
 ASIN: B084155RCM
 亚马逊热销商品排名: 运动与户外用品商品里排第26,291名 (查看运动与户外用品商品销售排行榜)
 第102位 - 男士跑步短裤
 第129位 - 男士运动健身短裤
 第468位 - 男士休闲运动短裤
 买家评论: ★★★★★ ~ 12 星级

视频

相关产品的视频



Summer Special Running Shorts

Amazon Live



The Most Comfortable Workout Shorts Ever

Amazon Live



A+ 页面是基础，
视频展示是加分项：

- 必备要素：A+ 页面展示、标签；



Men's Size Table(inches)

SIZE	Waist	Hip	Inseam	Thigh	Leg Band
S	26"-32"	32"-36"	5.7	19.2	15
M	28"-34"	34"-38"	5.7	20	15.7
L	29"-35"	36"-40"	5.7	20.8	16.5
XL	31"-37"	38"-42"	5.7	21.6	17.3
XXL	32"-38"	40"-44"	5.7	22.4	18

Weight	Height	5'5"	5'7"	5'9"	5'11"	6'1"	6'3"	6'5"
143		S	S	S				
154		M	S	S	S	S		
165		L	M	M	M	M	S	S
176		XL	L	L	L	M	M	S
187			XL	XL	L	L	M	M
198				XXL	XL	L	L	M
209					XXL	XL	L	L
220						XXL	XL	XL
231							XXL	XXL

—— Height / in —— Weight / lb

Measuring: For best results, take measurements over your underwear. If your measurements fall between sizes, we suggest that you size up for a better fit.

男士骑行内裤 4D 衬垫自行车 MTB 衬垫短裤带防滑腿套

★★★★☆ 678 星级 | 28 个已回答案例

价格: US\$19.99 - US\$22.99

颜色: 红色



尺寸:

选择 ▾

- Material: 90%Polyester, 10%Spandex
- 防滑腿部抓地力: 1.8英寸(约4.6厘米)宽, 柔软细腻的硅胶腿部抓地器消除了滑动和擦伤, 将麂皮鞋保持在正确的位置, 让您享受舒适的长路。
- 符合人体工程学的 4D 衬垫: 紧凑无缝麂皮鞋, 4 向拉伸和 4D, 6 层优质保护多密度泡沫衬垫提供舒适性和耐用性。同时, 垫子在马鞍区域有透气孔, 轻便透气, 有助于防止马鞍疼痛。
- 像第二层皮肤一样舒适: 休闲骑行和通勤的理想选择。我们的男士骑行内裤由轻质透气的网眼织物制成, 吸湿排汗, 快速干燥, 四向拉伸, 带来绝对的云状舒适感。
- 物超所值 + 100% 满意: 衬垫自行车内衣非常适合骑自行车和多种运动。我们承诺 100% 的客户满意度。如果对公路自行车内衣的质量不满意, 我们将提供免费更换或全额退款。
- 宽松弹性腰带: 与常规山地自行车衬垫内裤相比, 这款柔软的 1.4 英寸(约 3.6 厘米)无束腰带可以舒适地将短裤从上部固定, 以获得最佳性能。

- 加分项：小实验视频展示、KOL 和真实买家视频分享、卖家直播的开展。

Amazon | Video

Previously recorded. Prices and promotions may no longer apply.

REFLECTIVE COATING ZIPPER

Summer Special Running Shorts
Amazon Live

相关产品的视频

- Summer Special Running Shorts Amazon Live (2:59)
- The Most Comfortable Workout Shorts Ever Amazon Live (1:42)
- 7" running shorts Amazon Seller Central (0:56)
- Men's 5" Quick Dry Running Shorts Workout Athleti... Seller Videos (1:06)
- Men's MCS Run Compression Shorts Manufacturer Video (1:01)
- Men's 7" Running Shorts with Pockets Breathable... Amazon Seller Central

Men's 7-inch Running Shorts Quick Dry... ★★★★★ 259

Men's 7-in Running Shorts Quic ★★★★★ 259

11.4.6 面料趋势预测——可持续搜索量较半年前翻倍，环保面料 正当红

服装生产是仅次于石油的第二大污染产业，²⁷ 近年来，时尚界的众多品牌将环境保护、可持续时尚作为未来发展的重要目标。

2020 年可持续时尚将继续升温，使用再生塑料、再生尼龙、有机棉和再生聚酯纤维的环保运动服饰品牌将越来越受消费者欢迎。²⁸

Google Trends 数据显示，2020 年 9 月，有关可持续时尚的搜索量达到历史峰值。²⁹ 同时，道德时尚、“绿色”循环、植物馈赠³⁰ 也成为了权威机构 Popfashion 发布的 21/22 秋冬环保 / 可持续面料关键词，这也证明了时尚融合环保正在成为一大趋势。



27. [高污染的纺织业，如何探寻产业的“破局”之道，搜狐网](#)

28. [Lyst 预测 2020 运动服饰趋势，纺织网，2020](#)

29. [Sustainable Fashion, Google Trends, 2021](#)

30. [Exclusive Fashion Trends, Popfashion, 2020](#)

环保面料的独特卖点也可以成为电商页面吸引客流的筹码



将环保面料加入标签，在成品介绍页面加入详细、专业的原材料介绍，并配以图片、视频等直观的功​​效展示方式，可以使热爱环保面料和不了解环保面料的消费者都能快速、有效地找到自己心仪的产品，以环保的大趋势促进转化率。



如果产品的优势卖点因为添加了环保材料而没有异味，便可以在文字或图片介绍中对环保材料进行详细的科普与解读。



恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

课程路径图

📍 1.10 玩具 (Toys) 品类 📍 1.11 男装 (Men's Apparel) 品类 📍 1.12 工具 (Tools) 品类



动动手指，一键点亮页面右下角的“👍”
让我们为您带来更多实用的学习资料！



请扫二维码填写课程反馈
让我们持续优化您的体验

延伸学习课程



选品趋势及指南

- 亚马逊选品建议
- 亚马逊选品工具

除了本章的亚马逊选品建议，选品趋势及指南系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多...



Level 1: 新手加速上路升级班

快速有效引爆流量

您可以在亚马逊官方讲堂了解并掌握更多新手加速上路的要点，快来获取优质学习体验吧！



扫码了解更多