

## 概要

供应商和卖家可以通过亚马逊市场营销服务（AMS）或卖家后台创建亚马逊品牌旗舰店。作为今后亚马逊购物体验的重要元素，亚马逊品牌旗舰店必须维护亚马逊与顾客之间的高度信任。

供应商和卖家有责任遵守所有适用于他们自身，品牌旗舰店所售商品以及所有品牌旗舰店所在地的法律法规。此外，供应商或卖家必须遵守亚马逊的违禁商品政策，以及下列针对亚马逊品牌旗舰店的广告创意政策和指导方针。

## 1. 可接受商品

亚马逊品牌旗舰店禁售下列商品：

- **成人商品：**色情，声称增强性体验的商品，以及其他“成人”性商品和服务。
- **酒类：**啤酒、葡萄酒、烈性酒等所有酒精饮料。
- **食品和营养品：**含有麻黄属生物碱、墨西哥鼠尾草或鼠尾草提取物的商品。以及商品包装上或品牌旗舰店页面中描述为“减肥药”的商品。
- **仇恨和偏见：**对于种族、肤色、民族血统、宗教信仰、残疾、性别、取向、残疾、年龄等而提倡仇恨，煽动暴力或偏见，以及倡导或歧视受保护群体的商品。
- **婴幼儿配方奶粉：**欧盟或印度尼西亚地区禁售婴幼儿配方奶粉、婴幼儿后续配方奶粉和其他婴幼儿配方奶粉商品。
- **非法药物和吸毒用具：**促使违法的商品，可用于滥用药物或绕过药物测试的商品。
- **知识产权：**侵犯或唆使侵犯知识产权或个人权利的商品或服务。
- **可疑和潜在的危險活动：**包括（但不限于）虚假文件服务、有线解扰器、烟花爆竹、用于黑客行为或逃避执法的商品、被视为用于侵犯他人隐私的商品或服务。
- **烟草：**含有烟草、卷烟纸、电子烟的类似商品。

## 2. 商品限制

### 儿童安全

- 儿童商品必须以安全形式加以展示。例如，误用时可能会对儿童造成伤害的充气嬉水池等商品必须注明应在成人监督下进行使用。

### 医疗和减肥商品

- 不得声称非处方健康美容商品和处方商品一样有效。
- 对于减肥商品，不得声称顾客只需使用该商品，或无需遵循饮食控制和运动项目就可以达到减肥效果。广告不得暗示减肥效果对每个人都有效，或者可以永久保持减肥效果。

## 3. 可接受图片和视频

**原则：**必须选用高分辨率的图片和视频，并符合所选方格的最低要求。不得像素化、明显扭曲或拉伸图片和视频。视频时长不得超过5分钟。

**文字：**图片和视频中的文字必须符合以下文案要求。此外，相对图片背景和大小，文字必须清晰易读——最低32像素的Hero字体，或者一个图片库，或超大（全宽）图片方格，并且其他图片方格的高度至少为16像素。

**娱乐预告片：**必须在预告片开始前显示商品的内容评级。我们不接受限制级或有年龄限制的预告片，以及评级为NC-17的电影预告片，或评级为AO或其他同等评级的视频游戏。

**禁止内容：**属于以下类别的内容不符合静态图片和视频要求。注：此列表不适用于经相关内容评级机构批准的娱乐预告片。

- **处于危險或少儿不宜情况的儿童：**播放儿童处于危險、枪械或爆炸附近、饮酒或吸毒等环境中的内容。
- **过度暴力或血腥内容：**伤口过多、正遭受武器袭击的角色，肢解、尸体图片。请注意，不含有暴力或开发性伤口的血液图片不会因此被拒。注：视频预告片不会因此被拒。
- **实际或暗示滥用药物的图片：**例如，遇险的人或动物、酷刑场景、性骚扰、实际或暗示的强奸。
- **性行为图片：**包含部分裸露的图片或视频并不一定会因此被拒，只要部分裸露符合情景，而不是与性行为相关的（例如，穿着比基尼的女性、健身者的照片、穿着内衣的模特）。我们会基于暴露程

度来调整图片；除成人商品或娱乐预告片外，以下情况概不接受：

- 显示模仿性行为或暗指性行为的人体姿态图片，无论是否裸露
- 以与性相关的方式过度吸引人注意身体部位的图片，如乳房或臀部。例如，乳房暴露或过度关注乳沟
- 部分裸露以及暗示性高潮的面部表情或身体姿势

#### 4.文案

- **一己之言及比较性陈述：**不接受最高级用语，缺乏根据或夸大的文案（例如，“全美销量最高的帽子”）。任何文案必须有客观的第三方来源或研究提供支持。广告文案不得诋毁其他公司或商品，例如“优于[公司/品牌/指定商品]”。
- **联系信息：**亚马逊品牌旗舰店不得含有电话号码、电子邮件或实际地址，以及亚马逊以外的网站链接。允许插入社交媒体按键以在Facebook、Twitter上关注品牌。
- **动态亚马逊内容：**由于亚马逊采用动态顾客评论、销售排名、价格和优惠，静态文案不得含有对亚马逊评论、排名、价格或优惠的引用。
- **拼写和语法：**所有文案必须正确拼写；不得使用ASCII艺术字符。
- **语言：**页面语言应与亚马逊主站语言一致。

#### 5.亚马逊品牌推广

- **亚马逊UI元素：**图片和视频不得包含亚马逊UI元素（例如加入购物车按钮）。
- **亚马逊项目：**如Subscribe & Save等亚马逊的项目带来的权益必须归因于相应项目。优惠时间和方式必须向顾客明确解释。对于捆绑优惠，这一点尤其重要。
- **凑单商品：**对于凑单商品定价或凑单商品折扣（例如“节省X%”），要求明确指出信息，例如“最低起卖件数”、“凑单商品，请参阅详细信息”。对于没有标注价格或折扣信息的凑单商品图片，不要求明示信息（例如，展示选品深度或品牌建设的广告）。
- **顾客评论：**不得使用第三方顾客评论、星级评分或其他可能与亚马逊顾客评论相混淆的内容。不得更改亚马逊顾客评论，包括纠正拼写或语法错误。含有重大拼写或语法错误的评论必须加以避免。需省略顾客评论中不需要的部分，请在该部分之前或之后使用省略号（“...”）；摘取部分不得更改评论的原意。顾客评论中最多可以使用三个省略号：开头、中间和结尾处各一个。