



# 最新广告功能介绍 第三章

面对庞大广阔的全球市场，如何扩大您的品牌知名度，让您的商品更多地出现在消费者面前，从而激发购买意向，增加销售机会并培养顾客忠诚度，是一个重要的课题。亚马逊广告可以帮助您发现、吸引来自全球的海量亚马逊消费者，通过影响顾客购物的每个环节，精准导流，高效转化，助您把握全球商机。

# 3. 品牌推广

品牌推广可以为您的品牌带来更多曝光，有助于提升品牌认知度。在本小节中，您将了解到品牌推广的一些基本概念、资格和审核要求等信息，帮助您更好地理解、选择以及设置品牌推广活动。

3.1	<a href="#">什么是品牌推广</a>	3
3.2	<a href="#">品牌推广资格要求</a>	6
3.3	<a href="#">品牌推广审核</a>	7

本课件共有五章内容。如需学习其他章节，请参考[相关阅读页](#)的找课指南，查找您想学习的课程。



## 3.1 什么是品牌推广

### 3.1.1 品牌推广的含义

品牌推广活动可以让您的品牌出现在搜索结果页中显眼的广告位上，以便于消费者在搜索过程中更好地发现您的品牌或者商品，并进行互动。消费者点击品牌广告中的链接，可以进入到您指定的落地页或品牌旗舰店，这能够帮助您提高品牌的认知度和客户忠诚度。

### 3.1.2 品牌推广的运作原理



- 在一个品牌推广广告中，您可以展示**品牌商标**、**自定义标题**和最多**三种商品**，这些广告可以展示在亚马逊电脑端和移动端上的多个位置，包括搜索结果上方；
- 当消费者点击您的品牌商标后，他们会进入到品牌旗舰店或新商品列表页面；如果消费者直接点击了广告中的某个商品，他们则会进入到相应的商品详情页或旗舰店子页面。

### 3.1.3 品牌推广的优势



#### 精准触达

通过关键词投放在搜索结果上方呈现广告



#### 更多展示机会

每个广告具有三个商品展位



#### 更自由的可定制化

可以自定义广告活动图片、标题以及落地页

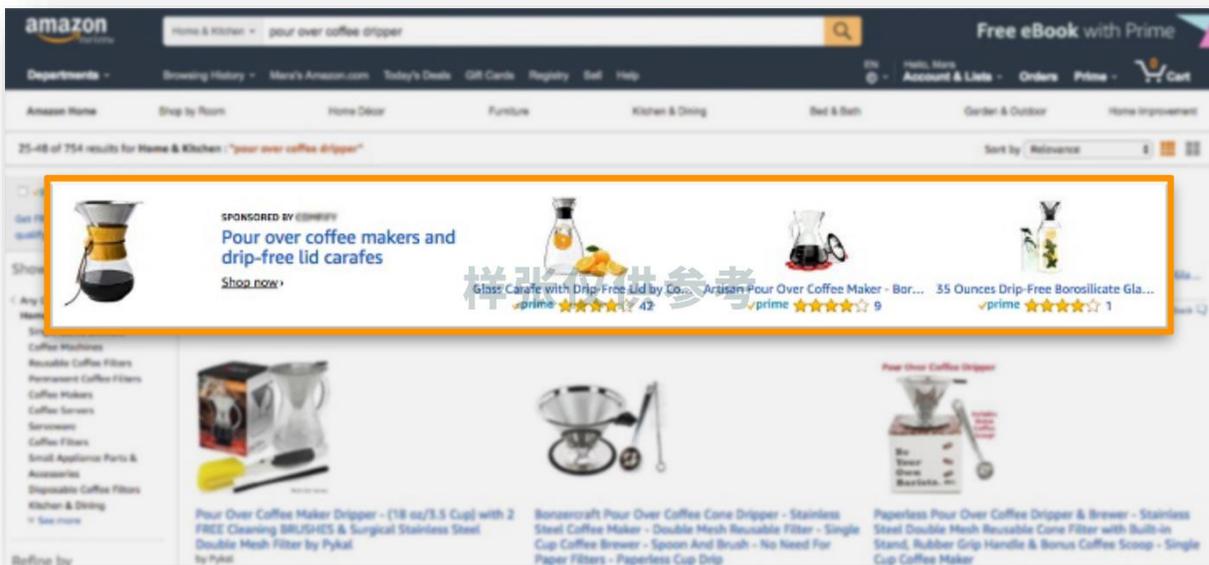
### 3.1.4 品牌推广的费用

- 这些广告是按照**点击次数**付费的，因此您只需在消费者点击广告时付费。
- 您可以通过设置**预算**以及设定每次点击的**竞价金额**来控制支出。
- 同时，您还可以不断**监测广告效果**，来调整竞价和关键词、商品等投放条件，不断优化投放金额比例，争取更好的投放效果。

### 3.1.5 品牌推广广告展位示例

展示位置:

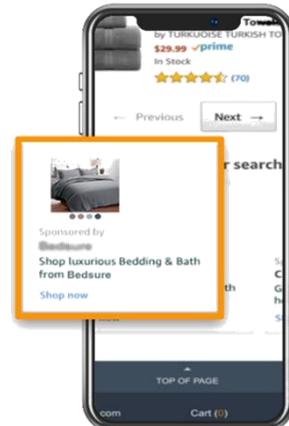
- 搜索页面最上方/下方 (电脑/手机/平板端)
- 搜索页面左边 (电脑端)



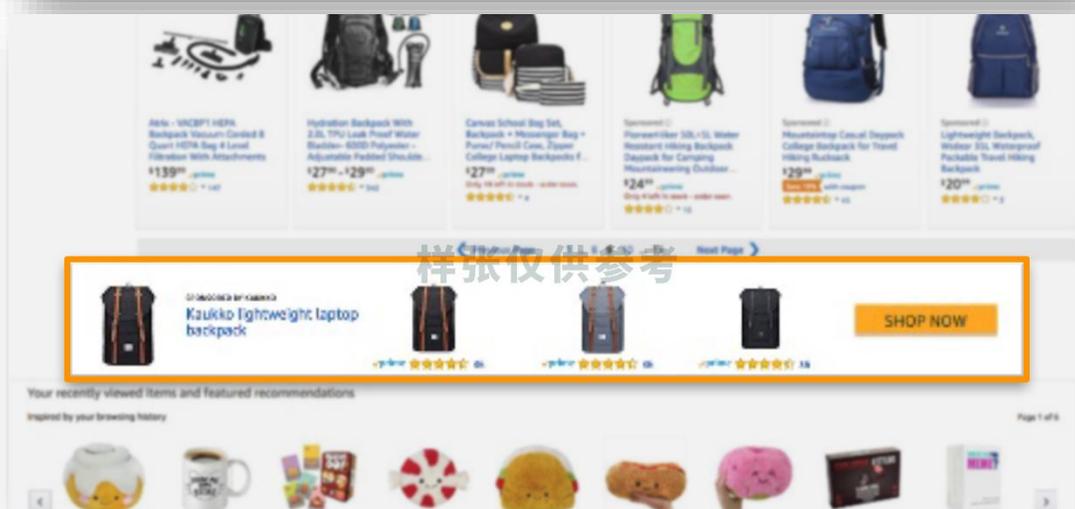
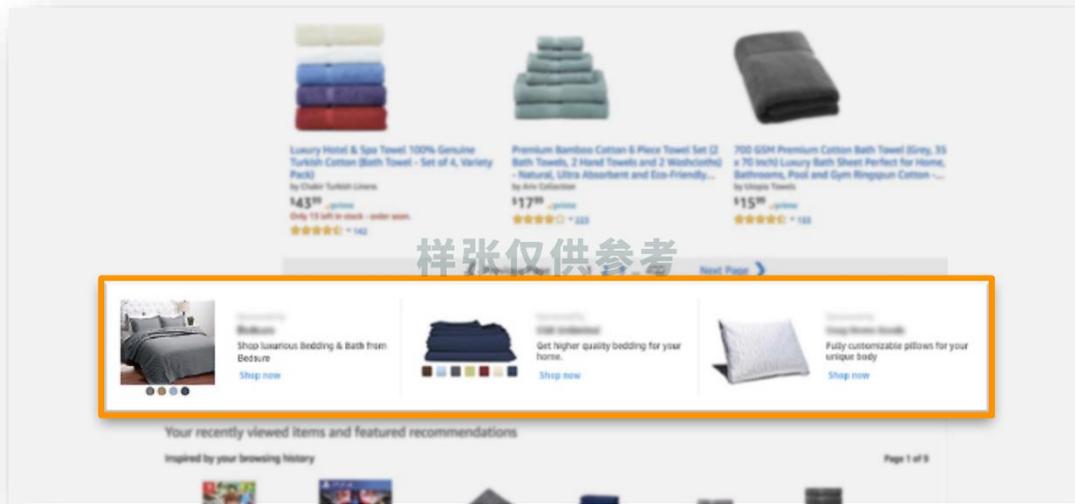
(搜索结果顶部展位)



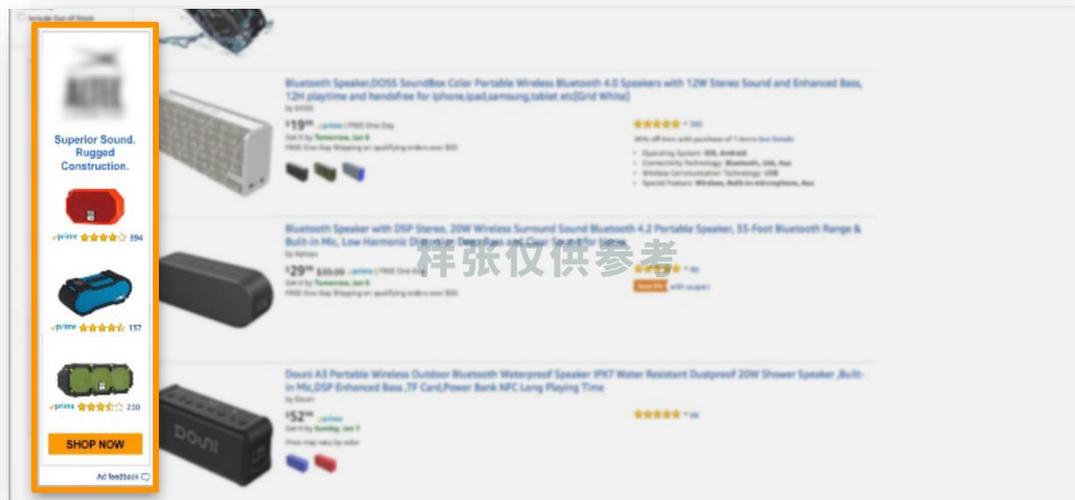
(搜索结果顶部展位-手机端)



(搜索结果底部展位-手机端)



(搜索结果底部展位)



(搜索结果左侧展位)

## 3.2 品牌推广资格要求

在决定进行品牌推广之前，您需要确保符合以下资格要求：

### 3.2.1 账户要求

- 专业卖家
- 已经通过[亚马逊品牌注册](#)成为注册品牌所有者
- 在亚马逊上拥有信誉良好的有效账户
- 能够配送到您的广告面向的国家/地区
- 有效的付款方式
- 商品属于一个或多个亚马逊支持的品类（见下方表格）

#### 注意：

对于亚马逊卖家，如果您的注册状态为“已批准”，但在创建品牌推广活动时发生错误，请联系亚马逊以获取帮助。

### 3.2.2 商品品类要求

品牌推广适用于以下亚马逊搜索品类。我们不支持成人、二手或翻新商品的投放。

适用于品牌推广的亚马逊搜索品类			
服装	硬币收藏品	工业与科学	软件
家电	电脑	箱包	运动
艺术品、工艺品和缝纫制品	电子产品	电影和电视	体育收藏品
汽车零件和配件	娱乐	音乐	工具和家居装修
母婴	收藏品	乐器	玩具和游戏
电池	艺术品	办公用品	视频游戏
美容化妆	家具	户外	钟表
摄像	食品	庭院、草坪和花园	酒水
手机和配件	个人防护	宠物用品	-
服装与配饰	家居与厨房	鞋靴	-

\*适用品类列表会不断更新，请及时查阅广告平台的相关信息。

## 3.3 品牌推广审核

### 3.3.1 什么是品牌推广审核？

在您创建了品牌推广广告后，还需要经过亚马逊的审核流程批准，广告才能正式开始投放。审核的结果会以邮件的形式发送到您的邮箱，告知您的广告是否获得批准或需要调整。审核流程通常会在24小时内完成，但最长可能需要3个工作日。

### 3.3.2 商品品类要求

您作为广告主，您在创建广告的过程中，需要注意以下几个基本点：

- 您只能推广您**拥有**或者**获准转售或分销**的商品；
- 您的广告必须**真实且准确**；
- 在创建广告时，请务必**准确描述**推广商品。

亚马逊对广告素材同样有要求，具体请查阅[搜索广告素材合规政策](#)。



我想更顺利地通过审核，还有什么一定要遵守的要求吗？

为了避免您的广告因审核不过而反复修改，以下我们列出了一些关键提示，供您参考：

- 避免使用**违反广告法**的措辞，如“最佳”或“最畅销”；
- 确保语法、标点符号、拼写和大写形式正确无误。标题要以大写字母开始，但不要全部采用大写或混合使用大小写。如果您的品牌名称采用同样的大写方式，则可以例外处理。广告字母全部大写、拼写错误和标点怪异可能会导致您的广告活动被拒绝；
- 确保您的广告中有**品牌商标**，以便消费者识别广告主；
- 文字内容中包含**与商品相关的唯一标题**，例如质量或关键商品属性；
- 如果您在标题中提及季节性事件（例如，情人节），请确保广告活动有相对应的**开始和结束日期**。



### 3.3.3 品牌推广广告翻译审核

- **什么是广告翻译审核**

亚马逊在面向消费者的网站上支持多种语言。为了给消费者带来更好的浏览体验，您的品牌推广广告也需要被翻译成消费者所在站点的语言。

您可以为广告素材提供自己的翻译，如果您不提供，亚马逊也会将您的品牌推广广告翻译成站点支持的语言，大多数品牌推广广告将在24小时内被翻译。

- **广告翻译审核注意事项**

在翻译广告素材时，亚马逊会以各站点的默认语言为准进行翻译，向消费者展示广告时也是如此。即使他们选择了该站点支持的第二语言，亚马逊依然会展示**默认语言**的推广广告素材。如果您针对各站点的第二语言提供相对应的翻译，一旦翻译可用，亚马逊将以该站点支持的第二语言显示广告内容；如果您的广告使用了亚马逊站点不支持的语言，您的品牌推广广告将不会向消费者显示。



## 注意：

- 在极少数情况下，如果亚马逊的广告翻译服务**无法提供**符合质量要求和广告政策标准的翻译，我们将**不会**为您的广告提供翻译。但是，您仍然可以添加和编辑您自己的翻译。
- **促销商品品类**（包括图书、音乐、电影和软件、食品和饮料、处方商品和某些个人护理商品）的品牌推广广告不符合亚马逊的翻译服务要求，我们将**不会**为您翻译这些品类商品广告。但是，您仍然可以提供自己的自定义翻译。



如果我想为我的广告发布自己的翻译，而亚马逊已经帮我做过翻译了，我该怎么办？

在我们提供翻译后，您可以在“广告活动管理”中的“广告素材”选项卡中查看可用语言和翻译状态。如果您想要编辑翻译或提供您自己的翻译文本，您可以通过点击“广告素材”选项卡中的“编辑翻译”按钮来完成此操作。



好的，那么我提交的广告翻译是否还需要再经过一次审核呢？

当您通过“广告活动管理”中的“广告素材”选项卡编辑翻译时，更新后的文本仍需审核，其处理时间与默认语言的广告相同。



如需了解更多品牌推广广告的素材审核政策，可查阅[品牌推广广告素材接受政策](#)，该政策也适用于已翻译的品牌旗舰店。

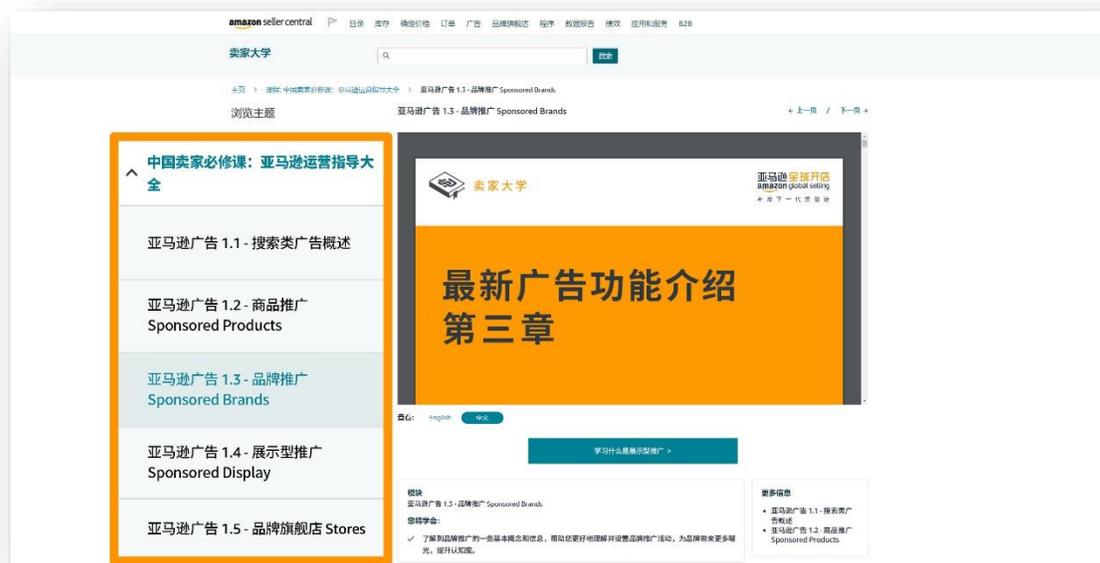
# 相关阅读

## 最新广告功能介绍

- 搜索类广告概述
- 商品推广 Sponsored Products
- 品牌推广 Sponsored Brands
- 展示型推广 Sponsored Display
- 品牌旗舰店 Stores

找课路径：亚马逊卖家平台 > 绩效 > 卖家大学 > 搜索课程名称

快速链接：亚马逊卖家大学 [北美站点](#)、[欧洲站点](#)、[日本站点](#)



学习更多亚马逊广告相关课程：

- 想要立刻开始推广活动？搜索“教您入门”
- 想知道如何提升广告的推广绩效？搜索“优化广告”
- 想学习其他人的成功经验？搜索“广告优秀案例”

# 延伸学习

想要获取更多广告相关信息，您可以[点击这里](#)，查看亚马逊广告**线上直播课程**；或是扫描下方的二维码，关注“**亚马逊全球开店**”微信公众号及“**亚马逊广告**”微信公众号，及时了解相关资讯。



(亚马逊全球开店)



(亚马逊广告)



# 课程反馈

如果您觉得本课件对您有帮助，请点亮课件右下角的“✓”向我们提供反馈，谢谢！

The image shows a screenshot of the Amazon Seller Central interface, specifically the 'Seller University' (卖家大学) section. The page title is '亚马逊广告 1.3 - 品牌推广 Sponsored Brands'. A sidebar on the left lists various topics, with '中国卖家必修课: 亚马逊运营指导大全' (China Seller University: Amazon Operation Guide) highlighted. The main content area features a large orange banner with the text '最新广告功能介绍 第三章' (Latest Advertising Features Introduction Chapter 3). Below the banner, there are language options (English, 中文, Deutsch, Français, Español, Italiano) and a button '学习什么是展示型推广 >'. A '模块' (Module) section contains a paragraph of text and a '您将学会:' (You will learn:) section with a checked box indicating that the user will learn about Sponsored Brands. Two callout boxes are overlaid on the page: one on the left pointing to the sidebar item, and one on the right pointing to a '这有用吗?' (Was this helpful?) feedback prompt with a green checkmark icon.

