

尊敬的_____ 公司，

非常感谢您对亚马逊的支持与关注，在此我们诚邀您加入的同时，需要您遵守以下准则，**并将此文件邮件打印签字盖章扫描回传给我们，以示您已经知悉具体要求并承诺严格遵守。**

注意：此政策是对您履行卖家协议或其他文件的其他义务的补充，并且不以任何方式对这些义务进行限制。

您的承诺：

- ✓ 您在本承诺函签署的法律主体，即为您申请卖家账号的公司主体。
- ✓ 您只销售正品，并确保产品本身从功能外观到品质、性能、安全等级，均符合亚马逊相应站点的对应类目要求且产品与产品详情页表述内容相符。
- ✓ 您将做到 24 小时内回复买家及亚马逊客户经理的所有电子邮件消息，并及时解决消费者的问题。
- ✓ 您将立即回复退货请求，并在适宜时为消费者退款 123457
- ✓ 您上传 listing 将按照正确的分类，并且按照市场行情制定合理的销售价格，使用优质且符合亚马逊要求的 listing 商品图片
- ✓ 您 80% 以上的 ASIN 均为自建，并承诺销售自己工厂生产的产品若您的外购产品比例大于 20%，您须向客户经理说明原因。如果销售外购产品，需要预先提供品牌授权函、采购协议和增值税发票证明产品授权链的完整性。
- ✓ 为保证客户体验，您将选择使用 FBA 配送您的货品，并且单个产品 FBA 库存数量应为能够维持日常销售不断货的合理数量。
- ✓ 您确保不从事违反亚马逊政策或违反公平竞争的行为，不刷单、不接受第三方关于违反亚马逊政策或违反公平竞争原则的服务或培训。
- ✓ 您能够提供中国或海外对应市场的品牌注册证，并将积极在所销售站点进行品牌注册。
- ✓ 您愿意在客户经理的指导下，优先考虑使用点击关键词广告提升销售业绩。

我们禁止卖家：

https://sellercentral.amazon.com/gp/help/help.html/ref=ag_200386250_cont_1801?ie=UTF8&itemID=200386250

<https://sellercentral.amazon.co.uk/gp/help/200386250>

这些“禁止的卖家行为”旨在维护销售服务对于买家的安全性，以及对于销售商品及服务的卖家的公平性。如果卖家不遵守此政策的条款，则亚马逊可能会禁止其发布商品、暂停其对亚马逊工具和报告的使用和/或取消其销售权限。

通用指南

以下指南同时适用于销售商品和服务的卖家。有关特定商品的指南，请参阅这一部分之后的信息。有关特定服务的指南，请参阅亚马逊服务销售政策。

试图转移交易或买家：

禁止任何试图规避已制定的亚马逊销售流程或将亚马逊用户转移到其他网站或销售流程的行为。具体地说，禁止使用任何广告、营销信息（特价优惠）或“购买号召”引导、提示或鼓励亚马逊用户离开亚马逊网站。方式包括使用电子邮件或者在任何卖家生成的确认电子邮件信息或任何商品/商品信息描述字段中包含超链接、URL 或网址。

企业名称未经授权和不正确：

企业名称（可在亚马逊上识别您的企业实体）必须符合以下要求：可准确识别您的身份；不会引起误解；您有权使用该名称（即名称中不得包含他人的商标，也不得侵犯他人的任何商标或其他知识产权）。此外，您不得使用包含电子邮件后缀（例如 .com、.net、.biz 等）的企业名称。

进行不当的电子邮件与电话通信：

禁止与亚马逊用户主动进行电子邮件和电话交流，禁止进行与订单配送和相关客户服务无关的电子邮件和电话交流，禁止进行任何类型的与营销相关的电子邮件和电话交流。

提供直接电子邮件地址：

买家和卖家可以通过买家与卖家消息服务互相交流。

使用多个卖家账户：

禁止操作和持有多个卖家平台账户。

滥用亚马逊销售服务：

如果您反复上传大量数据，或以其他方式过度或不合理地使用该服务，则亚马逊可自行限制或阻止您访问商品上传数据或被滥用的任何其他功能，直到您停止这种滥用行为为止。

滥用评分、反馈或评论：

禁止任何试图操纵评分、反馈或评论的行为。

- **【评分和反馈：】** 买家可通过评分和反馈功能评估卖家的总体绩效，从而帮助卖家在亚马逊商城建立声誉。不得发布侮辱性或不恰当的反馈，也不得包含交易合作伙伴的个人信息。这也包括不得对自己的账户发布评分或反馈。您可以请求买家提供反馈，但不可以利诱买家，使其提供或删除反馈。
- **【评论：】** 评论对亚马逊商城起着至关重要的作用，买家可以在评论这一平台中，提供对商品/服务信息的反馈以及对商品/服务的体验（无论正面还是负面）。不得

对存在经济利益的商品或服务进行评论，包括评论您或竞争对手销售的商品或服务。此外，不得为评论提供补偿（包括免费或打折的商品）。禁止发出只征求正面评论或有偿的评论请求。不得要求买家修改或删除评论。

滥用销售排名：

畅销排名功能有助于买家评估商品的受欢迎程度。禁止任何试图操纵销售排名的行为。不得征求或故意接受虚假或欺诈性订单，其中包括不得下单购买自己的商品。不得向买家提供补偿以使其购买您的商品，或为了提升销售排名向买家提供优惠码。此外，不得在商品详情页面信息（包括商品名称和描述）中宣传关于该商品的畅销排名信息。

滥用亚马逊商城交易保障：

禁止任何滥用亚马逊商城交易保障索赔流程的行为。收到亚马逊商城交易保障索赔的次数或总金额过多的卖家，有可能被终止销售权限。如果买家对商品或服务不满意，他们可以联系卖家，让其酌情安排退款、退货或更换。如果亚马逊根据亚马逊商城交易保障条款向买家做出了赔偿，亚马逊有权向卖家寻求补偿。

滥用搜索和浏览：

当买家使用亚马逊的搜索引擎和浏览结构时，他们希望找到相关且准确的结果。与商品相关的所有信息（包括关键字和搜索词）必须符合优化商品信息以便搜索和浏览中提供的指南。禁止任何试图操纵搜索和浏览体验的行为。

适用于卖家的其他指南

以下指南适用于销售商品的卖家：

- **媒介类商品（图书、音乐、影视）的配送：**通过亚马逊提供的媒介类商品（图书、音乐、影视）必须在向您提供订单确认后的两个工作日内配送。
- **交易后篡改价格和设置过高的运费：**禁止任何试图在交易完成后提高商品销售价格的行为。此外，卖家不得设置过高的订单配送费用。
- **与实际商品信息不匹配：**使用现有商品详情页面发布商品以供销售时，所选的商品详情页面必须在各个方面准确描述该商品，包括（但不限于）以下属性：制造商、版次、捆绑组合、版本、格式或播放器兼容性。卖家不得将其商品匹配到具有不同 ISBN、UPC、EAN 或其他外部编码的详情页面。卖家不得将其商品匹配到具有不同 ISBN、UPC、EAN 或其他外部编码的详情页面。
 - **例外情况：**在符合以下标准的情况下，应将音频 CD 的俱乐部版次以及 DVD 和蓝光光碟的租赁版次发布在 CD、DVD 或蓝光标准版次的详情页面上，即使两个版次的 UPC 不同：
 - 俱乐部版次或租赁版次以“二手”状况发布；
 - 两个版次的内容完全相同；并且
 - 我们的目录中尚不存在包含该俱乐部版次或租赁版次的 UPC 的页面。使用商品信息备注指明商品是俱乐部版次。商品（CD、DVD、蓝光光碟）的格式必须完全相同。

- 使用商品信息备注指明商品是俱乐部版次还是租赁版次。
- **创建重复的商品详情页面：**禁止为已存在于亚马逊目录中的商品创建商品详情页面。
- **创建单独的商品信息：**卖家不得为完全相同的同一商品创建另一条商品信息。
- **预售媒介类商品（图书、音乐、影视）：**卖家不得发布亚马逊指定为可预订的媒介类商品（图书、音乐、影视）或与该类商品相竞争。通过亚马逊提供的媒介类

附录 1:

亚马逊尊重他人的知识产权。作为卖家，您负责确保提供的商品合法且已获得销售或转售授权，并且这些商品没有侵犯他人的知识产权，例如著作权、专利权、商标权等。

知识产权涉及到：

- ✓ 销售假冒伪劣商品
- ✓ 侵犯商标权
- ✓ 侵犯著作权
- ✓ 专利侵权
- ✓ 翻版媒介类商品
- ✓ 经格式转换的媒介类商品
- ✓ 促销媒介类商品
- ✓ 公开权侵权
- ✓ 其他

鉴此，本人谨代表_____，已认真阅读、充分理解以上内容及要求，并将严格遵守和执行，并签署如下：

法人代表：_____

（加盖公章）

日期：