

如何搭建亚马逊 关键词词库？

从“找到关键词”，到“知道每个词该怎么用”

产品画像 → 找词 → 验词 → 清洗 → 打标 → 应用

METHOD × CASE × TOOL



先改变一个认知：词库不是“关键词名单”

词越多，词库就越好吗？

不是。

一张不断堆叠 Keyword + Search Volume 的表格，并不会自动变成可用的关键词资产。

01

买家会怎样搜索？

先理解市场语言，而不是只收集词。

02

这些搜索与产品有多相关？

判断产品是否真正能够承接需求。

03

哪些词值得优先争取？

把相关性与真实搜索需求放在一起看。

04

每个词最终应该用于哪里？

落到 Listing、广告、观察或否定。

词库不是关键词名单。

而是一套关键词决策系统。

一张图看懂：关键词词库到底怎么搭？

整个过程，可以拆成 6 步



最终进入

Listing · 广告 · 观察词库 · 否定词库 · 产品机会库

前面的每一步，都在为后面的运营决策提供证据。

如果这是你的新品，你会先搜什么词？

CORNER SHOWER CADDY

转角淋浴架

第一反应通常是：shower caddy

corner shower caddy

adhesive shower caddy

suction shower caddy

hanging shower caddy

tension pole shower caddy

shower shelf ...

这些词看起来都和“淋浴收纳”有关，
它们真的都是你的关键词吗？

不一定。



第 1 步：先完成产品画像

产品边界不清，后面的关键词会越找越乱。

维度	教学案例
核心品类	Shower Caddy
产品形态	Corner
使用场景	Bathroom / Shower
核心功能	Storage
安装方式	Adhesive / No Drill
材质	Metal
颜色	Black
规格	2 Pack
排除项	Suction / Hanging / Tension Pole

1

产品是什么？

核心品类 · 产品形态 · 主要用途

2

为谁服务？

目标人群 · 特殊需求

3

在哪里使用？

地点 · 活动 · 时间 · 场景

4

有哪些真实属性？

材质 · 颜色 · 尺寸 · 结构 · 功能

5

产品“不是什么”？

混淆产品 · 不具备功能 · 不适用场景

排除项越清楚，错配词越容易被识别。

第 2 步：一个完整词库，需要多个关键词来源

不同来源回答不同问题，最后共同汇入原始候选词池。

01

核心词与基础词根

最基础的市场表达是什么？

02

竞品 ASIN 反查

别人已经从哪些词获得流量？

03

关键词挖掘

这个需求还有哪些表达？

04

ABA / 搜索数据

需求体量和变化如何？

05

广告 / 搜索词报告

真实买家实际上怎么搜索？

06

评论 / Q&A / AI

买家为什么购买？

汇入 RAW KEYWORD POOL · 原始候选词池

卖家精灵：关键词反查 | 关键词挖掘 | ABA数据 | 评论分析 | 关键词词库

来源 1：先建立核心词和基础词根

不要一上来就追“大词”，先把产品拆开。

产品是什么？

品类词

shower caddy / shower organizer

长什么样？

形态词

corner shower caddy

怎么安装？

功能 / 属性词

adhesive shower caddy / no drill shower caddy

有什么规格？

属性词

black / metal / 2 pack shower caddy

从一个品类坐标，逐步扩展

shower caddy

品类 + 形态



corner shower caddy

品类 + 功能



no drill shower caddy

品类 + 属性



black shower caddy

品类 + 规格



2 pack shower caddy

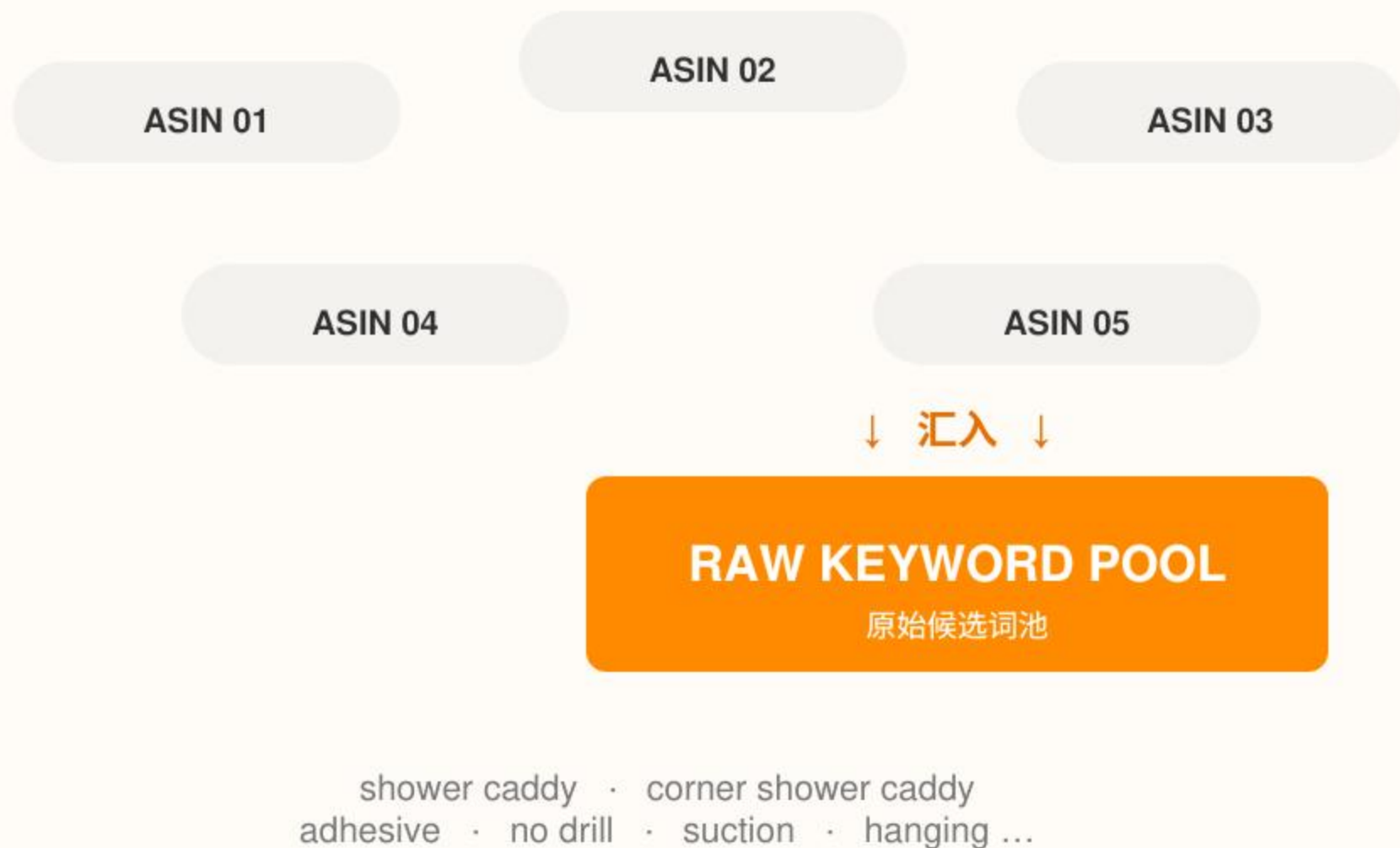
先搭坐标系，再谈关键词价值。

来源 2：竞品反查，不是“抄竞品关键词”

先找对竞品，再研究它们覆盖了哪些搜索入口。

直接竞品，要看 5 件事

- ✓ 使用场景是否一致
- ✓ 产品功能是否一致
- ✓ 目标用户是否一致
- ✓ 产品定位是否接近
- ✓ 买家是否会放在一起比较



先收集，不直接写进 Listing。

实操：先用「AI-找竞品」确定精准竞品

竞品反查之前，先保证输入的 ASIN 是真正的直接竞品。

1 输入什么？

一个有代表性的目标 ASIN
优先：自己的产品 / 标杆产品 / 已知竞品

2 AI 帮你找什么？

找到与目标产品存在直接替代关系的竞品，
重点判断是否解决同一个购买需求。

3 最终得到什么？

一组高相关竞品 ASIN，下一步直接用于
「拓展流量词」建立竞品关键词池。

相关竞品数据列表 - ASIN: B0DXPZ83RX

数据周期：最近30天

复制所有ASIN

加入产品库

☐	#	产品信息	核心产品名	销量(父)	价格	评分 评分数	标签	关键特征概括	操作
☐	1	 ASIN: B09QCC6FZL 品牌: YASONIC	YASONIC 3件套黑色不 锈钢转角架	16,283	\$26.09	4.5 11,550	头部畅销款 13个隔层 成熟稳定款 防腐涂层 主流价位款	长期占据 的经典款，评价 和多挂钩设计。	
☐	2	 ASIN: B0D1QMCX4 品牌: YASONIC	YASONIC 3件套白色不 锈钢转角架	16,283	\$26.99	4.5 11,550	头部畅销款 白色烤漆 潜力新品 L型结构 主流价位款	作为头部品牌的新品，保持了极高 满足特定家装风格需求。	
☐	3	 ASIN: B0BB7P8PC3 品牌: YASONIC	YASONIC 3件套不锈钢 转角架(银色)	16,283	\$26.99	4.5 11,550	头部畅销款 主流价位款 高口碑款 12个挂钩 成熟稳定款 转角设计	市场标杆产品，销量与口碑双丰收 极高的收纳灵活性。	
☐	4	 ASIN: B0GR53GVHX 品牌: Veken	Veken 4件套铝制转角 置物架	12,552	\$26.99	4.5 847	头部畅销款 主流价位款 铝合金材质 永不生锈	销量极佳，采用铝合金材质彻底解 决了极高的空间覆盖。	

① 核心产品名 ② 结构化标签 ③ 关键特征概括

图片来源：卖家精灵-AI找竞品

筛选原则

- ✓ 核心需求一致
- ✓ 使用场景一致
- ✓ 同一竞争范围
- ✗ 排除配件 / 周边

先把竞品找准，再反查它们的流量词。

实操：用「拓展流量词」建立竞品词池

1

输入什么？

一批真正与产品定位接近的直接竞品 ASIN。

2

重点看什么？

竞品覆盖了哪些关键词，以及当前页面提供的真实数据字段。

3

最终得到什么？

先建立 RAW KEYWORD POOL，所有候选词保留来源与原始数据。

CASE

corner shower caddy
adhesive shower caddy
no drill shower caddy
suction shower caddy ...

先收集，不照搬。

关键词挖掘

关键词反查

流量词对比

拓展流量词

关键词转化率

实时查竞价

关键词收录

关键词词库

美国站

最近30天

B09QCC6FZL

B09V17QVTE

B0B81LSL6Q

B0BB7PBPC3

B0BLSCY6PR

B0CMJ8

B0CRY98FG1

B0DPPP1DXF

B0DXPZ83RX

B0FR8NTNV1

B0FRFKW1K7

B0G4QQR2Y2

B0GCN5SJY5

B0GD7CF2KB

B0GMTGMY66

B0GZZ3VM69

已录入16/20个ASIN

重用上次筛选

查询历史

示例ASIN: B089K9L3VY,B07F8S18D5,B0CJ6NZWZ9,B08DV12Z87,B0744GJQS3

清除

立即查询

对比

加入词库

全部加入词库

导出明细

导出

批量删除

搜索结果数: 10,783

展示前10产品图

自定义列

复制

流量占比

降序

确定

#	关键词	数据详情	流量占比	相关A	月搜索趋势	ABA周排名	月搜索量 环比增长率	月购买量	展示量 点击量	SPR	标题 密度	需供比 商品数	广告 竞品数	ABA集中度	PPC竞价
1	shower caddy	15.86%	2,648,375	相关产品: 33		206	1,093,186	32,358	26,762,227	744	49	193.2	439	23.06%	\$0.73
2	shower shelves	10.10%	1,687,745	相关产品: 32		589	536,657	18,461	14,275,655	420	15	38.4	189	27.49%	\$0.83
3	shower organizer	5.14%	858,375	相关产品: 29		1,249	313,213	8,863	7,272,002	201	18	14.3	224	24.74%	\$0.50
4	corner shelf	3.26%	543,743	相关产品: 25		1,093	358,720	2,546	9,217,696	58	19	7.8	610	11.14%	\$0.39

图片来源: 卖家精灵-拓展流量词

来源 3：关键词挖掘，找的是“新的需求表达”

竞品反查回答：别人已经从哪些词获得流量？

关键词挖掘回答：这个产品还可能有哪些搜索表达？

输入核心词

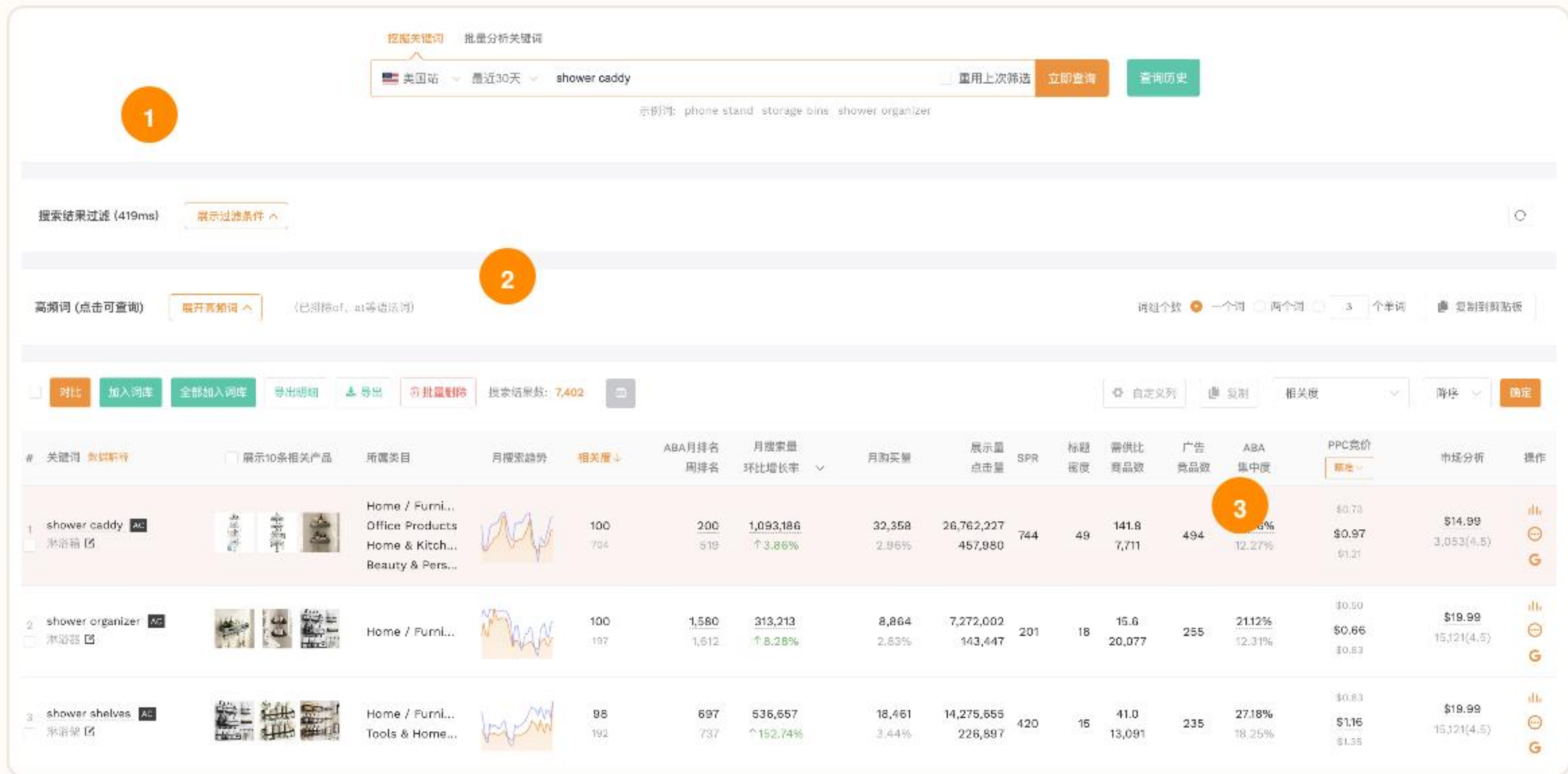
shower caddy

可能继续发现

- bathroom shower organizer
- corner bathroom shelf
- shower storage organizer

优先级判断

反查 n 挖掘 → 高优先候选
仅挖掘发现 → 加强相关性验证



① 输入关键词 ② 查看拓展结果 ③ 将新表达加入候选词池

图片来源：卖家精灵-关键词挖掘

找到候选词之后，还需要 3 类真实反馈

候选词只是开始。真实数据会告诉你：需求有多大、买家怎么搜、为什么买。

01 ABA / 搜索数据

看需求变化

- 搜索量 / ABA 排名
- 购买量 / 点击份额
- 搜索趋势

需求是否值得继续研究？

02 广告 / 搜索词报告

看真实搜索行为

- 曝光 / 点击 / 订单
- 花费 / 销售额
- 转化表现

买家实际上怎样搜索？

03 评论 / Q&A / AI

看购买理由

- 反复提到的功能
- 真实使用场景
- 顾虑与买家语言

买家为什么购买？

CASE | 买家语言可能是

no drill

small bathroom

corner storage

rust resistant

功能需求 · 空间场景 · 收纳目的 · 材质痛点

实操：用搜索数据判断“需求值不值得继续研究”

数据不是替你做决定，而是回答 3 个问题。

1

有没有人在搜？

确认关键词存在真实搜索需求。

2

需求体量有多大？

结合搜索量、ABA 等字段判断量级。

3

趋势在上升还是下降？

避免只看单点数字，忽略需求变化。

#	关键词 数据解释	周排名/搜索趋势	周搜索量	现排名 ↑	历史排名	排名变化	排名变化率	展示量	PPC竞价	SPR	标题密度	点击前三ASIN	点击前三品牌	操作	
								点击量	精准						
1	shower caddy ☐ 淋浴箱 🔗		148,281	519	上周 206 4周前 164 12周前 328	↓ 313 ↓ 355 ↓ 191	↓ 151.94% ↓ 216.46% ↓ 58.23%	3,873,884 47,879	\$0.72 \$0.96 \$1.20	744	49	 点击 8.48% 转化 5.91%	 5.23% 4.14%	 4.95% 2.22%	EUDELE YASONIC Veken
所属类目: Home / Furniture 点击总占比:18.66% 转化总占比:12.27%															
2	shower caddy hanging ☐ 悬挂式淋浴盒 🔗		41,193	3,752	上周 3,082 4周前 3,491 12周前 5,165	↓ 670 ↓ 261 ↑ 1,413	↓ 21.74% ↓ 7.48% ↑ 27.36%	1,029,276 9,927	\$0.78 \$1.05 \$1.31	98	21	 点击 18.48% 转化 15.20%	 10.98% 7.16%	 7.84% 3.79%	Joqixon YASONIC EUDELE
所属类目: Home / Furniture 点击总占比:37.30% 转化总占比:26.15%															
3	corner shower caddy ☐ 转角淋浴箱 🔗		20,702	9,358	上周 8,324 4周前 8,756 12周前 13,429	↓ 1,034 ↓ 602 ↑ 4,071	↓ 12.42% ↓ 6.88% ↑ 30.31%	601,942 6,935	\$0.83 \$0.97 \$1.12	68	27	 点击 5.48% 转化 3.23%	 4.42% 4.22%	 4.42% 2.07%	HAMITOR YASONIC Veken
所属类目: Home / Furniture Automotive Parts & Accessories 点击总占比:14.32% 转化总占比:9.52%															

① 搜索量级 ② 真实排名 / 数据 ③ 趋势变化

图片来源：卖家精灵-ABA数据选品

搜索数据告诉你“市场有多大”，但不能证明这个词一定属于你的产品。

第 3 步：搜索量大，不代表这个词属于你

新品先研究哪个词？

关键词 A

搜索需求非常大

搜索结果多数不是直接竞品

流量大，但可能带来低质量点击

关键词 B

搜索需求没有 A 大

搜索结果高度集中在相似产品

需求更聚焦，更值得新品先研究

搜索量

回答：有多少人在搜？

×

相关性

回答：这些人是不是在找你？

先判断相关性，再判断流量价值。

判断相关性，先看关键词对应的 Top10 产品

在亚马逊搜索关键词，重点看前 10 个自然搜索结果。

7+	直接竞品	→	强相关 优先进入后续分析
4-6	直接竞品	→	中相关 搜索意图可能偏宽
2-3	直接竞品	→	弱相关 谨慎测试
≈ 0	同类产品	→	不相关 / 重查词义 不要因量大而强行使用

不要只看“长得像不像”

- ✓ 产品结构是否一致？
- ✓ 核心功能是否一致？
- ✓ 使用场景是否一致？
- ✓ 购买目的是否一致？

“长得像”不是相关。

购买意图一致，才是真正的相关。

实操：用 Top10 产品图批量判断关键词相关性

卖家精灵【关键词反查】/【拓展流量词】可直接展示每个关键词的 Top10 自然搜索产品图。

#	关键词 数据解释	关键词搜索结果Top 10产品										ABA周排名	月搜索量 环比增长率
☐ 1	shower caddy AC 淋浴箱											206	1,093,186
☐ 2	shower shelves 淋浴架											589	536,657
☐ 3	shower organizer 淋浴器											1,249	313,213
☐ 4	corner shelf 角架											1,093	358,720
☐ 5	dorm room essentials 寝室必备品											1,102	513,505

CASE

shower caddy

Top10 以淋浴收纳为主
→ 强相关

corner shelf

厨房 / 家居 / 浴室混杂
→ 意图偏宽，需谨慎

shower caddy hanging

悬挂式为主，结构不一致
→ 弱相关 / 否定候选

图片来源：卖家精灵-关键词反查 / 拓展流量词

Top10 产品图看“相关性”，搜索数据看“需求量”。

第一轮验证后，词库开始分化

同一批候选词，因为产品承接能力不同，会进入不同的处理区。

保留

corner shower caddy
结构匹配

adhesive shower caddy
安装方式匹配

no drill shower caddy
需求匹配

2 pack shower caddy
规格匹配

待验证

shower shelf
表达宽泛

bathroom corner shelf
可能跨品类

需要继续检查：
SERP 产品类型 · 购买意图 · 数据趋势

剔除 / 否定候选

suction shower caddy
产品无吸盘

hanging shower caddy
产品结构不同

tension pole shower caddy
完全不同的产品形态

搜索需求再大，产品无法承接，就不要强行使用。

第 4 步：把几千个候选词清洗成可管理的词库

建议始终保留两层：原始词池不动，清洗后的词库用于决策。

RAW

原始词池

保留关键词 · 来源 · 原始字段
不直接删除，确保过程可回溯



CLEAN

清洗后词库

用于判断 · 标签 · Listing · 广告
并保留处理状态与剔除原因

原始关键词	处理结果	原因
corner shower caddy	保留	强相关
corner shower caddies	待判断	词形变化
suction shower caddy	剔除	产品无吸盘
hanging shower caddy	剔除	产品结构不同
shower shelf	待验证	语义较宽
bathroom corner shelf	待验证	可能跨产品

去重

同义词 / 词形

统一格式

删除错配词

保留原因

第 5 步：让词库从“名单”变成“地图”

一个关键词可以有多个标签；标签决定它在运营中的身份。

no drill corner shower caddy

流量层级

长尾词

语义属性

品类 + 形态 + 安装方式

用户意图

转角收纳，同时不希望墙面打孔

产品相关性

强相关

使用场景

浴室 / 淋浴区

运营动作

Listing + 精准广告候选

建议至少建立 4 类标签

流量层级

相关性

语义属性

运营动作

流量层级 ≠ 价值层级；高度匹配的长尾词，可能更适合新品。

实操：用「AI-关键词需求洞察」把词库变成“需求地图”

AI 先提取词根与需求标签，再由运营人员审核。

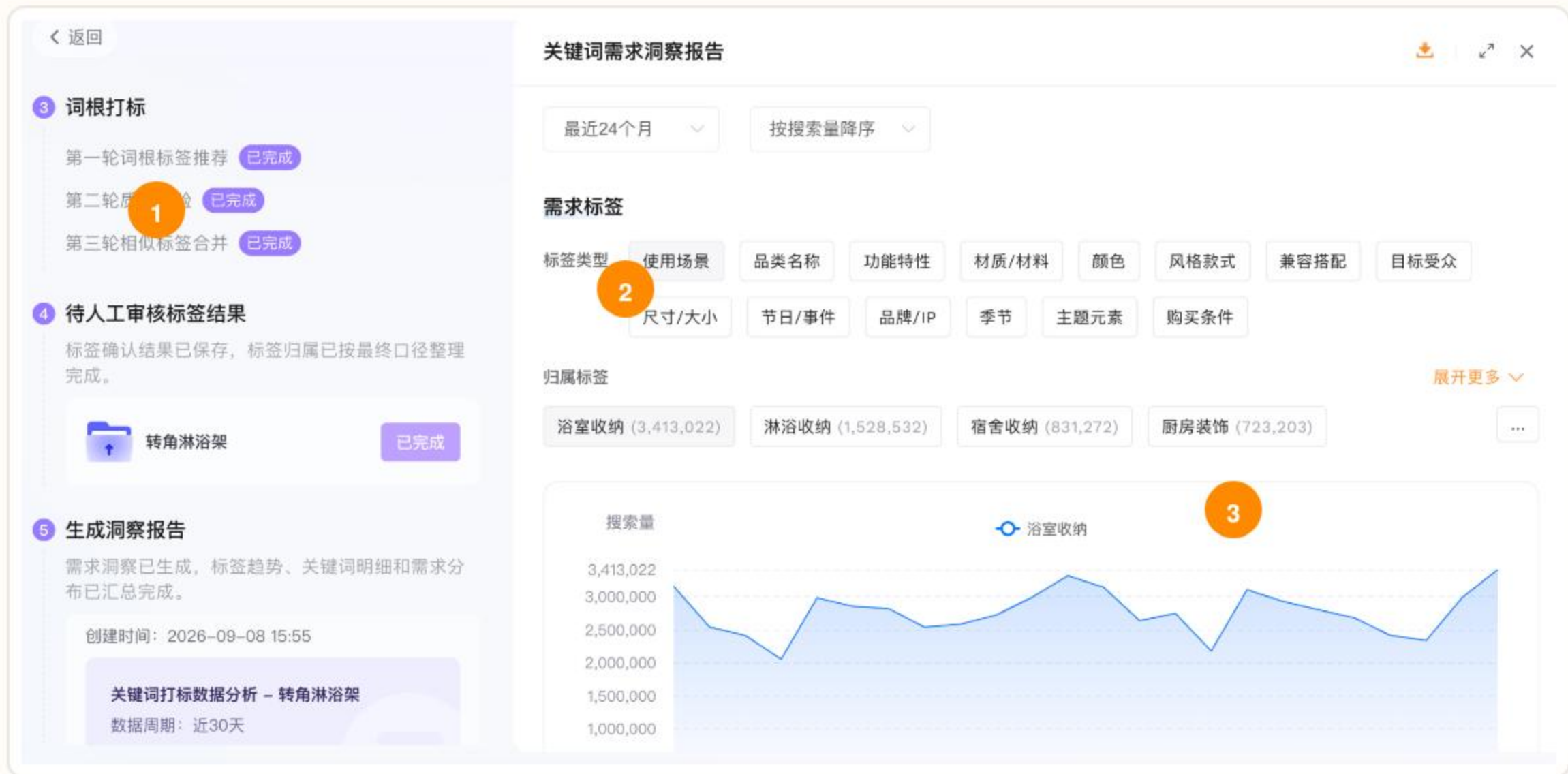
1 输入清洗后的词库
优先选择相关性较高、字段较完整的关键词。

2 AI 提取需求结构
自动归纳词根、父级需求和细分标签。

3 输出需求地图
看见用户需求的层级、占比与趋势。

CASE | corner shower caddy

品类: shower storage
功能: no drill / corner storage
材质: steel / aluminum



图片来源：卖家精灵-AI关键词需求洞察

再进一步：从关键词，看见用户“为什么买”

关键词不仅说明“买什么”，还会逐步暴露用户的购买理由。

shower caddy

我需要淋浴收纳

no drill shower caddy

我不想在墙面打孔

corner no drill shower caddy

我要角落收纳 + 无需打孔

品类 + 功能 + 场景 + 属性
→ 购买意图词



图片来源：卖家精灵-AI评论分析

最终，一个可执行的词库应该长这样

不再只是 Keyword + Search Volume，而是每个词都有判断、身份和动作。

Keyword	相关性	标签	建议动作
corner shower caddy	强	核心品类 / 形态	标题核心词 + 精准候选
adhesive shower caddy	强	安装方式	五点 / 图片 + 广告
no drill shower caddy	强	功能意图	五点 / A+ + 精准测试
2 pack shower caddy	强	规格	页面规格 + 广告候选
black shower caddy	中~强	颜色	图片 / 五点 + 拓展
shower caddy	强但宽泛	泛核心词	核心覆盖，分阶段测试

建议字段

- 1 关键词 / 来源
- 2 产品相关性
- 3 流量层级 / 搜索数据
- 4 语义标签 / 购买意图
- 5 建议动作
- 6 验证状态 / 更新时间

每个关键词，都要能回答：
为什么留下？接下来怎么用？

实操：把研究结果沉淀成长期关键词资产

前面的研究不是一次性分析，而是在建立可持续复用的关键词资产。

找词

验词

清洗

打标

持续管理

#	关键词 数据解释	标签	月搜索趋势	ABA月排名 周排名	月搜索量 环比增长率	月购买量	展示量 点击量	SPR	标题 密度	需供比 商品数	广告 竞品数	ABA 集中度	货流值	PPC竞价 精准	市场分析
1	shower caddy ☐ 淋浴箱	核心词		200 519	1,093,186 ↑3.86%	32,795 2.96%	26,762,227 457,980	744	49	141.8 7,711	494	18.66% 12.27%	24.6%	\$0.73 \$0.97 \$1.21	\$14.99 3,053(4.5)
2	shower shelves AC ☐ 淋浴架	功能词		697 737	536,657 ↑152.74%	18,514 3.44%	14,275,655 226,897	420	15	41.0 13,091	235	27.18% 18.25%	8.9%	\$0.83 \$1.16 \$1.35	\$19.99 15,121(4.5)
3	shower organizer AC ☐ 淋浴器	核心词		1,580 1,612	313,213 ↑8.28%	8,863 2.83%	7,272,002 143,447	201	18	15.6 20,077	255	21.12% 12.31%	9.7%	\$0.50 \$0.66 \$0.83	\$19.99 15,121(4.5)
4	shower caddy hanging AC ☐ 悬挂式淋浴盒	功能词		4,108 3,752	168,040 ↑18.66%	4,285 2.52%	4,191,062 78,378	98	21	58.5 2,873	250	37.30% 26.15%	8.1%	\$0.78 \$1.04 \$1.30	\$19.99 7,937(4.4)

① 关键词与基础数据 ② 分类 / 管理信息 ③ 更新与追踪

图片来源：卖家精灵-关键词词库

核心词

功能词

规格词

观察词

否定词

第 6 步：每个关键词，最终都要对应一个运营动作

词库的价值，不在于存了多少词，而在于能否指导下一步。

01 页面候选词

标题 · 五点 · 图片 · A+ · 后台词

02 广告候选词

精准 · 词组 · 广泛 · 自动投放

03 观察词

暂不投入，继续看趋势与相关性

04 否定词

记录错配原因，防止反复误用

05 产品机会词

反向发现功能、规格与场景机会

为什么留下？ · 放在哪里？ · 何时投入？ · 用什么数据判断？

词库不是建立一次，而是持续被真实数据校准

市场、竞品、季节、用户语言和广告表现都会变化。



BSR排名

评分数

价格

销量监控

关键词监控

去插件端查询，立即查看最新排名！详细了解，[点击这里](#)

YASONIC Corner Adhesive Shower Caddy, with Soap Holder and 12 Hooks, Rustproof Stainless Steel Bathroom Organizer, No Drilling Wall Mounted Rack, Black, 3-Pack

关键词数量: 50 有效监控: 8 初次监控: 2026-09-03 最近更新: 2026-09-03

导出

列表

图形

终止关键词监控

恢复关键词监控

+ 添加关键词

批量删除

复制到粘贴板

关键词	搜索量	商品数	近7天排名趋势	自然排名 广告排名	自然页码 广告页码	监控天数	操作
☐ soap holder 更新时间: 2026-09-03 09:49	135,590	21,094	不在前20页	56	第1页第56位	0天	☆ 🗑️ 📄
☐ soap holder shower 更新时间: 2026-09-03 09:50	57,655	7,407	不在前20页	38	第1页第38位	0天	☆ 🗑️ 📄
☐ shower soap holder AD 更新时间: 2026-09-03 09:50	47,843	7,393	不在前20页	39 88	第1页第39位 第2页第14位	0天	☆ 🗑️ 📄
☐ soap saver 更新时间: 2026-09-03 09:50	38,098	19,203	不在前20页	403	第6页第55位	0天	☆ 🗑️ 📄
☐ soap dish for shower 更新时间: 2026-09-03 09:49	78,842	7,740	不在前20页	46	第1页第46位	0天	☆ 🗑️ 📄
☐ shower organizer 更新时间: 2026-09-03 11:10	313,213	21,913	不在前20页	27	第1页第27位	0天	☆ 🗑️ 📄
☐ corner shower shelves AC AD 更新时间: 2026-09-03 11:06	66,997	3,610	不在前20页	1 82	第1页第1位 第2页第28位	0天	☆ 🗑️ 📄

图片来源：卖家精灵-关键词监控

定期维护 4 类信息

- 广告数据
- 搜索趋势
- 竞品变化
- 买家语言

最后的结论

不要为了“收集关键词”而建立词库

要为了
“做运营决策”
而建立词库。

真正有效的词库，
不一定是词最多的一份。

你需要清楚知道

- 01 这个词为什么留下？
- 02 应该放在哪里？
- 03 什么时候使用？
- 04 怎么判断结果？
- 05 数据变化后，下一步怎么办？

关键词最终应成为：选品、页面、广告与产品迭代共同使用的长期资产。

附录：关键词词库上线前检查清单

正式投入 Listing 与广告前，用 6 个维度做一次完整复核。

PRODUCT

产品边界

- ☐ 核心品类明确
- ☐ 人群 / 场景 / 功能明确
- ☐ 不具备的属性已记录

KEYWORD

关键词质量

- ☐ 每个词都有来源
- ☐ 已去重并处理异常
- ☐ 核心词完成 SERP 验证

DATA

数据判断

- ☐ 标注时间与数据口径
- ☐ 看过趋势变化
- ☐ 不把“量大”当作“适合”

TAG

标签体系

- ☐ 流量层级已标记
- ☐ 场景 / 功能 / 属性已标记
- ☐ 每个词有主要用途

ACTION

运营动作

- ☐ Listing 位置已分配
- ☐ 广告匹配方式已分配
- ☐ 否定词保留原因

LOOP

持续更新

- ☐ 搜索词可以回流
- ☐ 有更新时间
- ☐ 有版本与变化记录

全部通过，再让关键词真正进入运营系统。