

模块	名词	释义
数据概览	数据评估	可综合评估您与优秀同行的差距，如当前会员期内的营销投入和月均询盘量、高星级产品数量等的对比，助力贵司更好地安排推广计划。当几个评估维度下的数据小于优秀同行时才会出现此项。
	营销投入	贵司当前会员期内的所有合同的付款金额（跨会员期的合同按在当前会员期内的时间占比计算投入金额）
	趋势概览	可接近 7 天、近 30 天及多月选择查看贵司的展示厅（包含公司和产品）所获得的整体数据趋势及同行的情况，也可综合查看贵司的产品访问/询盘 Top10 及买家地域分布，更好地做好推广策略。
	天	自然天 24 小时制，即 00: 00: 00-23 : 59 : 59(北京时间)。
	月	自然月，具体天数取决于日历(北京时间)。
	英文站	中国制造网英文站 PC 端的数据
	移动端	中国制造网英文站移动端的数据
	多语言	中国制造网多语言站，含 PC 端+移动端，为多个语言的汇总数据。
	活跃买家曝光量	贵司的产品或者展示厅被买家看到并停留一段时间的次数
	活跃买家访问量	贵司的产品或者展示厅被买家访问并停留一段时间的次数
	活跃买家数	在中国制造网访问过贵司的产品或者展示厅并停留一段时间的买家数
	TM 咨询人数	与贵司通过 TM 沟通的买家人数
	询盘量	买家在中国制造网针对您的产品或公司发送的有效询盘数量
	询盘人数	在中国制造网针对贵司的产品或公司发送有效询盘的买家数量
	对比行业	取贵司发布产品数量前三多的终极目录以及对应的二级目录
	默认行业	指的是贵司发布产品所在数量最多的目录
	同行平均	与贵司所选的对比行业相同的高级会员视为同行，此处对比的为同行公司整体效果的平均数据。
	同行 Top10 平均	该数据为同行中效果 Top10 的高级会员的效果平均值

	产品概览	可接近 7 天、近 30 天及多月选择查看访问 Top10、询盘 Top10 的产品，帮助贵司了解产品效果，调整产品策略。
	访问量	贵司的产品被买家访问并停留一段时间的次数
	访问转化率	访问转化率=活跃买家产品访问量/活跃买家曝光量*100%(分母为 0 分子不为 0 时，转化率记为 100%)
	询盘量	买家在中国制造网针对您的产品发送的有效询盘数量
	询盘转化率	询盘转化率=产品询盘量/活跃买家产品访问量*100%(分为 0 分子不为 0 时，转化率记为 100%)
	买家地域分布	可接近 30 天、近三个月及近一年查看贵司活跃买家区域分布，有助于贵司按需调整市场推广方案。
	活跃买家访问量占比	贵司来自各地的活跃买家访问量占贵司活跃买家访问总量的比例
	询盘量占比	贵司来自各地的询盘量占贵司询盘总量的比例
流量分析	流量来源	呈现贵司流量来源的渠道分布占比及来源关键词，并和优秀同行的渠道分布情况进行对比，方便贵司优化流量结构和布局。
	来源渠道(渠道分布)	贵司流量来源渠道，包括搜索、活动、展示厅内、直接访问、首页、其他。
	搜索	指活跃买家经过搜索相关页面对贵司产生的访问
	活动	指活跃买家经过搜索相关页面对贵司产生的访问
	展示厅内	指活跃买家经过贵司自己的展示厅页或产品详情页产生的持续访问
	直接访问	指活跃买家未经过任何页面直接对贵司产生的访问
	首页	指活跃买家经过中国制造网首页对贵司产生的访问
	其他	剩余渠道对贵司产生的访问
	同行 Top10	该数据为同行中效果 Top10 的高级会员的平均来源渠道分布(同行指默认行业的高级会员)
	来源关键词	活跃买家访问到贵司的产品或公司时常搜索的关键词，最多显示 10 条数据。
	访问指数	活跃买家访问量的指数化呈现，访问指数越高说明活跃买家通过该关键词访问贵司产品或展示厅的次数越多。

	流向分布	活跃买家通过关键词进来后访问的内容，最多显示 10 条数据。
	同行热门关键词 Top10	活跃买家访问到贵司的同行时常用的关键词，最多显示 10 条数据。
	流量承接	分别按贵司有买家访问产品的活跃买家访问量和访问转化率的平均值划分为四类产品，如高访问高转化即为活跃买家访问量和访问转化率均大于平均值的产品，对低转化的产品可考虑优化产品和关键词设置，对低访问的产品可考虑增加引流渠道增大曝光机会。
	高访问高转化	活跃买家访问量和访问转化率均大于平均值的产品
	高访问低转化	活跃买家访问量大于平均值、访问转化率小于平均值的产品
	低访问高转化	活跃买家访问量小于平均值、访问转化率大于平均值的产品
	低访问低转化	活跃买家访问量和访问转化率均小于平均值的产品
	流量去向	贵司可考虑对流出产品进行优化，或在去向目录中考虑布局产品增加曝光引导买家回流至贵司的展示厅。
	流出产品	指买家离开前，最后访问的贵司的产品。
	流出买家数	离开该产品后去到了其他供应商的产品的买家数量
	去向目录	指买家从贵司的产品离开后去到了其他供应商的产品所对应的目录
商机分析	数据统计	可接近 7 天、近 30 天及多月选择查看贵司的展示厅（包含公司和产品）所获得的整体数据趋势及同行的情况，也可综合查看贵司的近一年的营销服务的关键时间节点，更好地做好优化及推广策略。
	英文站	中国制造网英文站 PC 端的数据
	移动端	中国制造网英文站移动端的数据
	多语言	中国制造网多语言站，含 PC 端+移动端，为多个语言的汇总数据。
	活跃买家曝光量	贵司的产品或者展示厅被买家看到并停留一段时间的次数
	活跃买家访问量	贵司的产品或者展示厅被买家访问并停留一段时间的次数
	活跃买家数	在中国制造网访问过贵司的产品或者展示厅并停留一段时间的买家数
	TM 咨询人数	与贵司通过 TM 沟通的买家人数
	询盘量	买家在中国制造网针对贵司的产品或公司发送的有效询盘数量

	询盘人数	在中国制造网针对贵司的产品或公司发送有效询盘的买家数量
	对比行业	取贵司发布产品数量前三多的终极目录以及对应的二级目录
	同行平均	与贵司所选的对比行业相同的高级会员视为同行，此处对比的为同行公司整体效果的平均数据。
	同行 Top10 平均	该数据为同行中效果 Top10 的高级会员的效果平均值
	营销活动	包括近一年贵司所购买的服务，包含广告服务、主打产品、会员等级及付费活动。
	关键时间节点	展示所选择的营销活动下，该营销服务的关键节点，如广告生效、绑定产品、修改绑定产品、调整主打产品分值、广告失效等。
	活跃买家曝光量	贵司的产品或者展示厅被买家看到并停留一段时间的次数
	活跃买家访问量	贵司的产品或者展示厅被买家访问并停留一段时间的次数
	活跃买家数	在中国制造网访问过贵司的产品或者展示厅并停留一段时间的买家数
	访问转化率	访问转化率=活跃买家访问量/活跃买家曝光量*100%(分母为 0 分子不为 0 时，转化率记为 100%)
	TM 咨询人数	与贵司通过 TM 沟通的买家人数
	询盘量	买家在中国制造网针对您的产品或公司发送的有效询盘数量
	询盘转化率	询盘转化率=询盘量/活跃买家访问量*100%(分为 0 分子不为 0 时，转化率记为 100%)
	询盘人数	在中国制造网针对贵司的产品或公司发送有效询盘的买家数量
产品分析	我的产品	可按周/月了解贵司当前线上产品的活跃买家曝光量、活跃买家访问量和询盘量等数据，通过产品类型、负责人等筛选维度发现优势产品及待优化的产品，以提升推广效果。
	产品概览	展示所选维度下的产品数量、关联视频产品数量、有访问产品数、有询盘产品数、访问转化率及询盘转化率。
	活跃买家曝光量	产品被买家看到并停留一段时间的次数
	活跃买家访问量	产品被买家访问并停留一段时间的次数
	询盘量	买家在中国制造网针对产品发送的有效询盘数量

	访问转化率	访问转化率=活跃买家产品访问量/活跃买家产品曝光量*100%(分母为 0 分子不为 0 时, 转化率记为 100%)
	询盘转化率	询盘转化率=产品询盘量/活跃买家产品访问量*100%(分为 0 分子不为 0 时, 转化率记为 100%)
	分析	点击分析按钮, 打开对应产品的分析窗口, 分析内容包括关键词分析、趋势分析、最近询盘和竞品分析。
	关键词分析	展示该产品的来源关键词、行业热搜词和供应商常用词。
	来源关键词	活跃买家通过搜索访问至该产品的来源词
	行业热搜词	活跃买家在该产品所在行业下常用的关键词(排除该产品已设关键词)
	供应商常用词	根据该产品所设置的前三个关键词, 统计也设置了该关键词的供应商常用的一些相关词(排除该产品已设关键词)。
	趋势分析	展示该产品近一年的活跃买家访问量和询盘量趋势。
	最近询盘	展示最近三个月的询盘明细, 包括日期、联系人、邮箱、国家地区和询盘主题。
	竞品分析	展示该产品所属行业下的热门产品, 包括产品名称和访问热度, 最多可选择 4 个产品进行对比分析, 便于全方位比较与行业热品的差异和借鉴。
	访问热度	买家在统计时间段内访问某个产品的热门程度, 热度越高代表访问次数越多(注:访问热度不等于访问次数)。
	近 90 天无访问产品	展示最近 90 天内未有买家访问过的产品(不包括发布未满 90 天的产品)
	添加时间	上传产品的时间
	更新时间	修改产品的时间, 不含产品重发时间。
买家分析	买家地域分布	可接近 30 天、近三个月及近一年查看贵司活跃买家区域分布, 有助于贵司按需调整市场推广方案。
	活跃买家访问量占比	贵司来自各地的活跃买家访问量占贵司活跃买家访问总量的比例
	询盘量占比	贵司来自各地的询盘量占贵司询盘总量的比例
	产品访问占比	对贵司有访问的活跃买家所关注的产品占当地访问总量的比例

	访问热度	买家在统计时间段内访问某个产品的热门程度，热度越高代表访问次数越多(注:访问热度不等于访问次数)。
	买家关注的产品 Top20	展示买家访问贵司人数最多的 20 款产品,以及访问贵司的买家在中国制造网全站关注的产品，可适时调整产品运营策略。
	访问人数	对贵司的产品有访问的活跃买家数量
	询盘人数	在中国制造网针对贵司的产品发送有效询盘的买家数量
	买家常用的关键词 Top20	展示访问贵司的买家使用最多的 20 个关键词,以及这些买家在全站常用的关键词，可适时调整关键词运营策略。
	搜索热度	活跃买家在统计时间段内在中国制造网使用关键词搜索的热门程度，热度越高代表搜索次数越多(注:搜索热度不等于搜索次数)。
	买家访问时间分布	可按区域筛选展示访问贵司的买家主要的时间段分布，以及同行供应商的买家主要时间段分布，帮助贵司做好精细化买家运营。
	我的活跃买家访问量	贵司的产品或者展示厅被活跃买家访问并停留一段时间的次数
	同行活跃买家访问量	同行的产品或者展示厅被活跃买家访问并停留一段时间的次数（同行指默认行业的高级会员）
关键词分析	关键词查询	了解对应关键词的买家搜索趋势及供应商的竞争情况，并对不同的词进行对比，帮助贵司更加合理地设置关键词。
	关键词搜索热度	活跃买家在统计时间段内在中国制造网使用关键词搜索的热门程度，热度越高代表搜索次数越多(注:搜索热度不等于搜索次数)。
	关键词搜索来源	可按时间及地区查看关键词的来源地区占比，如贵司有意向推广地区，可适时调整关键词设置。
	包含词	指包含所搜关键词的词，如:led light 为 led 的包含词。
	竞品词	指设置了所搜关键词的产品还设置的其他关键词
	关联词	指搜索了所搜关键词的买家还搜索的其他关键词
	搜索热度	活跃买家在统计时间段内在中国制造网使用关键词搜索的热门程度，热度越高代表搜索次数越多(注:搜索热度不等于搜索次数)。
	供应商使用热度	在统计时间段内所有供应商的产品中填写了该关键词的产品数
	搜索热度涨幅	搜索热度涨幅=(当月搜索热度-上月搜索热度)/上月搜索热度*100%
	使用热度涨幅	使用热度涨幅=(当月使用热度-上月使用热度)/上月使用热度*100%

	行业关键词	展示在统计时间段内，贵司所选行业（在行业分析>行业设置处设置的行业）的行业热词和行业趋势词，帮助贵司更加合理地设置关键词。
	行业热词	贵司所选时间及行业下活跃买家搜索热度最高的关键词 TOP100
	行业趋势词	贵司所选时间及行业下活跃买家搜索热度涨幅最高的关键词 TOP100
行业分析	行业概览	可按照行业筛选，了解行业热度趋势、行业竞争情况以及行业买家分布，且包含行业买家关注的热门属性及产品，帮助贵司全面了解行业趋势。
	行业趋势	可通过买家的访问趋势了解行业的需求变化及淡旺季分布等信息
	访问热度	活跃买家在统计时间段内访问某个行业或某个产品的热门程度，热度越高代表访问次数越多(注：访问热度不等同于访问次数)
	行业竞争力	可了解统计时间内某行业的访问热度排名，展示行业竞争情况。
	竞争热度	在统计时间的截止时间点前该行业在前台展示的产品数，热度越高代表竞争越大
	供需指数	供需指数=访问热度/竞争热度
	行业买家地域分布	可了解行业买家主要来自哪些区域和国家地区，并结合自身的数据情况寻找商机。
	活跃买家访问量占比	该行业来自各地的活跃买家访问量占该行业活跃买家访问总量的比例
	询盘量占比	该行业下来自各地的询盘量占该行业询盘总量的比例
	产品访问占比	该行业下买家所关注的产品的活跃买家访问量占该地活跃买家访问总量的比例
	产品询盘占比	该行业下买家所关注的有询盘的产品占该地询盘总量的比例
	买家分布明细数据	展示明细数据，包含活跃买家访问量占比、我的活跃买家访问量占比、询盘量占比及我的询盘占比，更好地帮助贵司查看与同行的差距。
	我的活跃买家访问量占比	该行业下贵司各地的活跃买家访问量占贵司该行业活跃买家访问总量的占比
	我的询盘量占比	该行业下贵司各地的询盘量占贵司该行业的询盘总量的比例
行业热门属性	通过了解买家关注的属性特性，来合理地设置和丰富产品属性。	

	访问占比	各属性特征的活跃买家访问量占该属性下活跃买家访问总量的比例
	询盘占比	各属性特征的询盘量占该属性下询盘总量的比例
	我的产品	贵司有多少个产品设置了该属性特征
	行业热门产品	了解买家关注的热门产品并学习同类产品的优点，来合理地优化和拓展产品。
	访问热度	活跃买家在统计时间段内访问某个产品的热门程度，热度越高代表访问次数越多（注：访问热度不等于访问次数）
	访问升降比例	访问升降比例= $(\text{当月访问热度}-\text{上月访问热度})/\text{上月访问热度} \times 100\%$
账户分析	账户统计	可按月查看当前账户使用平台的积极性和获得的商机数据
	TM 咨询人数	统计时间段内，买家与对应账户通过 TM 沟通的买家人数。
	TM 在线时长	统计时间段内，对应账户登录 TM 的累计时长。
	RFQ 已报价数	统计时间段内 对应账户主动报价和系统匹配已被报价的 RFO 数量。
	登录天数	统计时间段内，对应账户登录中国制造网后台的天数。
	产品操作次数	统计时间段内，对应账户对产品的操作次数，包含产品添加、修改(不含重发)、删除。
	产品总数	在统计的截止时间点，对应账户负责的在前台展示的产品数量。
	产品曝光量	统计时间段内对应账户所负责的产品所带来的活跃买家曝光量
	产品访问量	统计时间段内对应账户所负责的产品所带来的活跃买家访问量
	及时回复率	及时回复率= $\text{统计时间段内对应账户 24 小时内回复的买家数}/\text{统计时间段内收到的买家数}$ （买家数按天去重，被举报的买家不参与统计）
	平均回复时间	平均回复时间= $\text{统计时间段内该账户回复买家当天首条消息所需的平均时间}$
	账户检测	可查看贵司账户的运营情况，智能化地对平台数据自我诊断，生成账户优化建议，帮助贵司高效率优化运营。