

金秋采洽会

活动备战攻略

迎战外贸旺季，抢赢海量商机！



站内站外多渠道，多矩阵曝光。

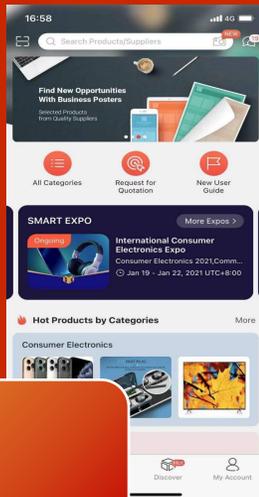
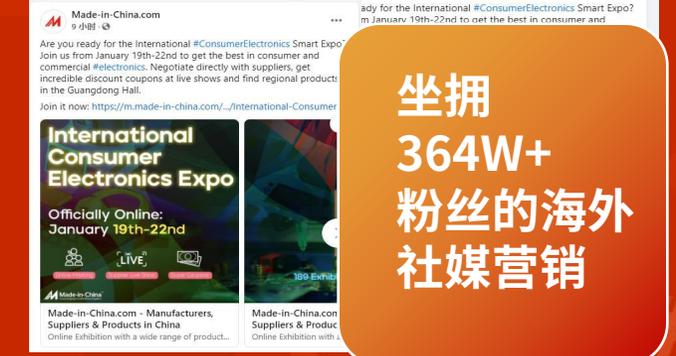
中国制造网8月大型采销活动，海量买家精准对接，轻松斩获商机！

2024金秋采洽会

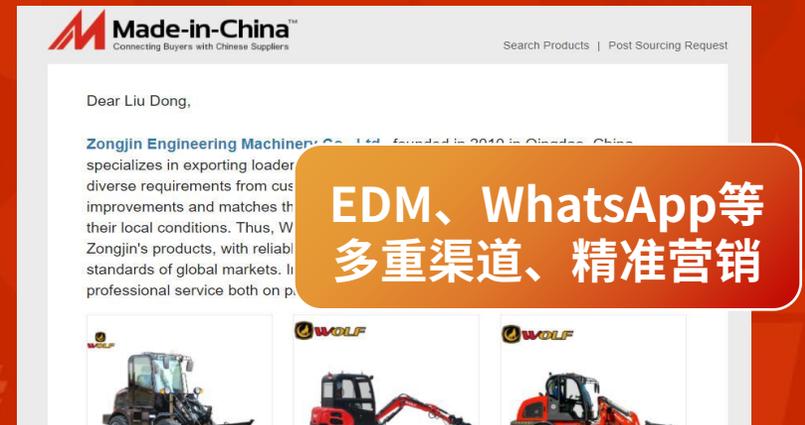
把握下半年外贸市场流量高峰，
买家对活动满意度高，
供应商参与积极性强。

全新升级源头工厂馆、
趋势新品馆，

汇聚全平台资源，掘金行业
蓝海，商机流量与质量双增长！



移动端首页
活动入口



EDM、WhatsApp等
多重渠道、精准营销

一.双品牌联名招募

二.备战期商机提升

三.上线期玩法预告

诚邀知名企业

携手打造品牌联名

双品牌 联名招募

招募条件：平台“知名企业”、MKA客户

【招募时间】

7月11日-7月15日

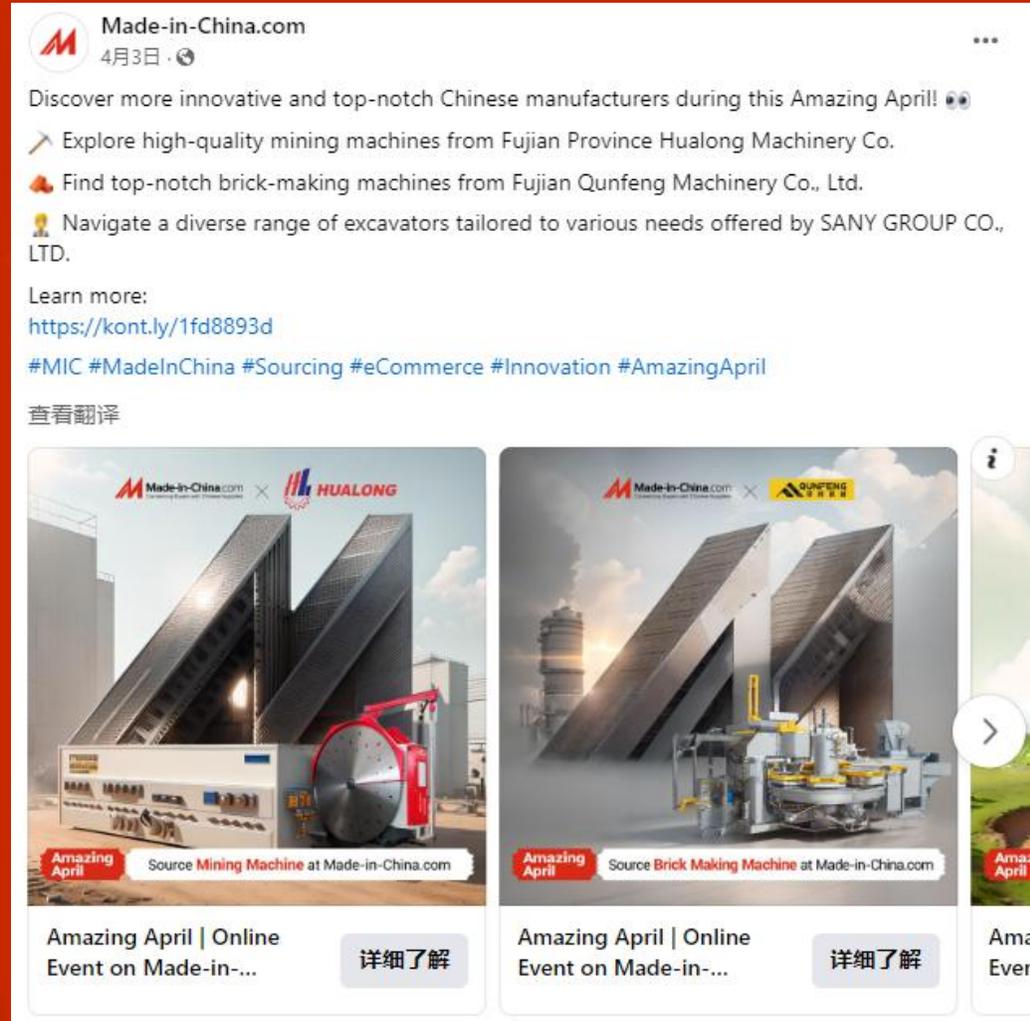
(限量席位, 先到先得)

金秋采洽会期间, 诚挚邀请各行业头部供应商与中国制造网进行品牌联名宣传。

“品牌+中国制造网”一对一创意海报,

呈现供应商品牌特色, 实现双品牌联名露出。

高级设计师免费制图权益、
中国制造网海内外社媒矩阵宣传资源



符合条件的供应商可前往专场活动界面报名

一.双品牌联名招募

二.备战期商机提升

三.上线期玩法预告

活动推广预热中

如何积极备战提升商机？

备战期 营销策略

把握下半年外贸流量高峰，策略三步走：

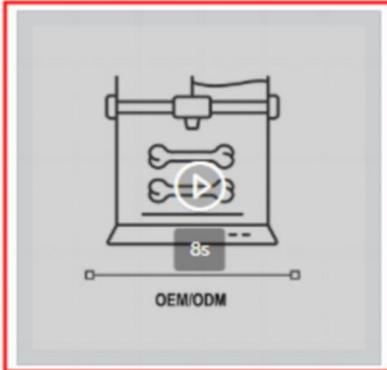
- ◆ 优化展示信息
- ◆ 积极响应商机（及时回复、高效跟进）
- ◆ 设置精点投，享流量加速

产品特点	产品名称/主图优化
自有品牌	产品名称中带有品牌词； 产品主图添加品牌logo，强化买家心智； 产品详情页增加海外办事处信息、售后能力、买家反馈和成交案例，更能提升买家信任。
支持定制	产品名称中添加“OEM/ODM Available”； 产品图片中，也突出定制实力、研发能力等相关信息。
敏捷供应/现货库存/价格优惠	填写有竞争力的MOQ； 产品有现货库存，可在产品名称中加上“In stock”； 如有优惠产品，可在名称或主图中注明优惠力度，例如5% off 或“Factory Price”。

产品优化通用策略

- 为提升竞争力，产品需首图清晰、白底无水印且绑定优质视频或动图等更具优势。
- 同时建议产品详情设置导航功能，便于买家点击访问。根据导航丰富详情内容，可从产品优势、公司简介、工厂设备、工艺流程、买家好评、外贸服务、包装物流、FAQ等突出供应商优势，打造优质爆品。

产品展示: 视频或动图(1/1)



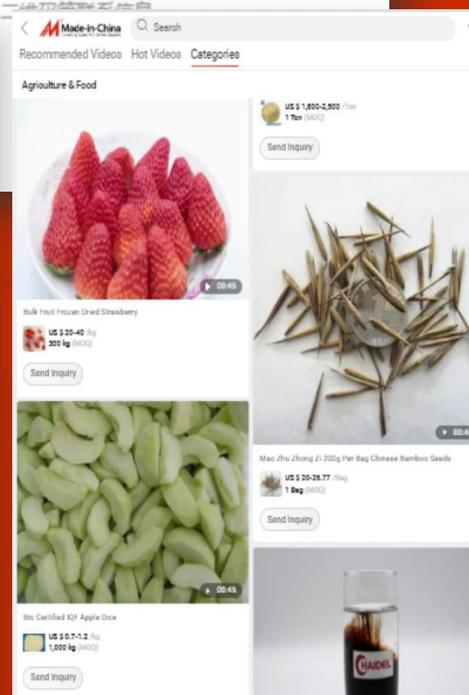
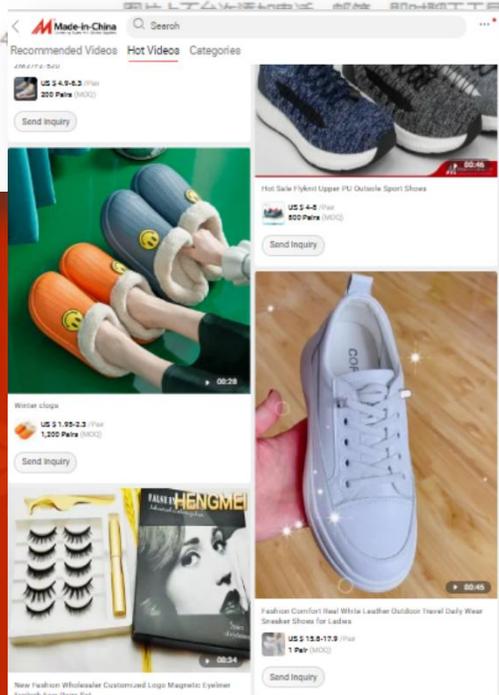
图片(0/6)



视频格式: mp4, 3gp, avi, asf, mov, mpg, mpeg, m4v, mkv
视频时长: 15s~45s
视频比例: 16:9, 9:16, 4:3, 3:4
视频大小: ≤50M
视频分辨率: ≥720p
视频帧率: ≥24fps

仅支持JPG/JPEG/PNG格式, 大小<5MB的图片;800*800-1500*1500像素为佳。

[查看优质视频规范](#)



产品视频优化

产品视频是产品集合页中最生动形象的信息, 是买家决定是否点击或询盘的重要因素。

——产品视频应是视频封面不重复且美观、视频质量“正常”且内容新颖,

例如产品安装使用教程、功能/部件展示、应用场景、产品测评、使用效果展示、生产工艺等。



展示厅优化

展示厅作为公司的线上门面，买家对产品感兴趣后，极大概率从相关页面进入到展示厅页面。

——利用平台功能优化展示厅，打造视觉盛宴：

1. 启用展示厅PRO；
2. 展台产品**统一版式**，填满展示；
3. 产品分组按照产品分类、营销热度（新品、热销）等**进行分类**，尽可能多的分组给到买家引导和选择；
4. 多元企业风采栏目展示**公司实力、买家评价、合作案例**等。



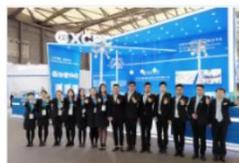
XPCPC Fair Show 9 Items



Shanghai PTC Fair 2014



Hannover Messe Germany



2019 PTC Asia Shanghai



Hannover Messe USA

Packaging & Shipping 10 Items



XPCPC Loading Container



XPCPC Loading Container



XPCPC Wooden Case Packaging



XPCPC Pallet Packaging

商机数据外显 及时回复商机

★ 商机数据外显

7月9日起，高级会员展示厅About Us页面、公司名称处会外显近30天平均回复时间。

如平均回复时间 $\leq 12h$ ，展示具体数值，如
Response Time $\leq 5.5h$;

建议收到询盘之后在30分钟内及时跟进回复，以免错过商机，同行TOP10回复时间可参考收件箱下方数据。

★APP、微信通知，多端开启提醒

下载并使用供应商APP；打开微信询盘通知，询盘消息同步提醒。



展示厅 > About Us 及时回复时间外显



Virtual Office后台 > 商机 > 商机提醒设置-微信

开启智能接待 高效跟进商机

★ TM常用问答

- ✓ 自动回复：建议设置一些接待用语，第一时间向买家介绍公司和产品，并引导买家进行后续沟通。
- ✓ FAQ设置：预设买家感兴趣的问题并给出答复，自动进行初步解答。

★ AI接待

- ✓ 麦可24小时在线，自动响应及接待买家，包含商机提炼与未回复提醒。



打开手机桌面小组件，接收消息提醒：

<http://service.made-in-china.com/bulletin/function/11957.htm>

TM接待设置

花费更少的时间，服务更多的买家。

开启接待

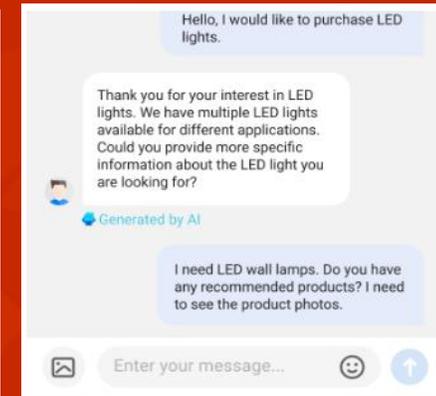
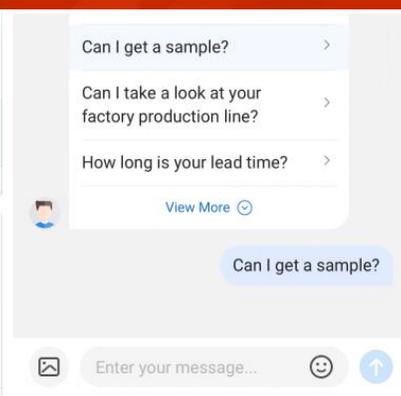
开启时间： 全天 自定义时段

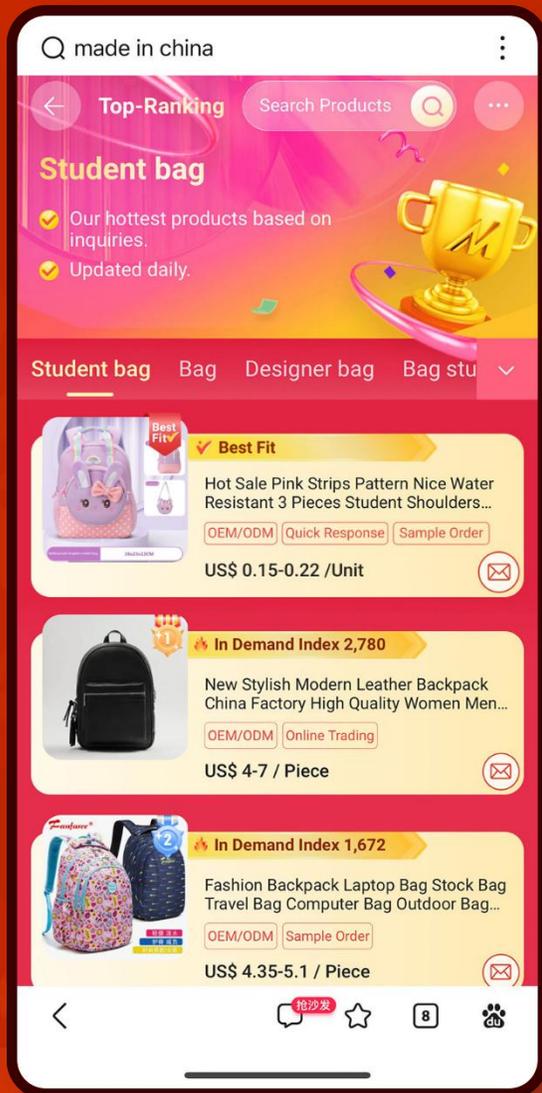
建议全天开启，给买家7*24h秒回体验，有效提升买家互动，避免买家流失。

自动回复语

常用问答 (FAQ)

AI接待





精点投福利

设置开始时间为7月15日-8月31日的精点投营销计划，

- ◆ 单笔营销金额达2000元，送200元专属红包；单笔营销金额达5000元，送600元专属红包。
- ◆ 总营销金额TOP3（且不低于1万元），送价值4000元多语名列前茅广告一年。



PPC
精点投
咨询专属通道

流量加速器 精点投

☆入驻场馆-享高曝光流量

设置精点投即可免费入驻行业优品馆，
站内站外多页面优先推荐，享海量曝光。

活动打榜-聚焦精准流量

有机会打榜Hot Ranking置顶榜单，
锁定精准流量。

优惠返利-多重红包好礼

充值福利多多，尽享多重好礼。

售后服务-专人对接答疑

扫码企业微信，有疑问对接专人咨询，
后顾之忧。

一.双品牌联名招募

二.备战期商机提升

三.上线期玩法预告

活动正式上线后

供应商有哪些行动点？

上线期 玩法预告

8月1日至8月31日期间，供应商可参与以下限时活动

- ◆在线交易费用，限时补贴
- ◆社媒分享赛，PK赢好礼
- ◆商家故事集，有奖征稿活动

在线交易费用，限时补贴

8月1日-9月1日

权益预告

为促进买卖双方商机高效转化，
扩大供应商出口收益规模，
平台将于活动期间推出在线交易费用限时补贴活动，更有Global Pay Pro平台优惠汇率全程加持。

2024年08月01日10:00:00-2024年09月01日09:59:59期间，卡支付交易服务费、提现至法人个人银行账户手续费享受五折优惠！T/T一直0费率，依旧0费率！

Global Pay Pro入账费率、提现费率、换汇费率依旧为0，即平台不额外收费！

9710云申报免费、免费、免费！信用证全流程线上操作，平台仍不额外收费！

国际物流与UPS官方合作，1.2折起，5项附加费减免，享优先排仓，全程可视追踪！

在线交易费用，限时补贴

8月1日-9月1日

举例1：客户A在近三个月交易金额为1.5万美金，原本需支付卡支付交易服务费1.5万美金 * 3% = 450美金，封顶150美金。活动期间，只需支付1.5万美金 * 1.5% = 225美金，封顶75美金，**可节省75美金。**

举例2：客户B开通Global Pay Pro后，收款并利用平台提供的优惠汇率进行结汇，每10万美金**可额外增加大约4400元人民币的收益。**

【*汇率实时波动，请参考平台最新Global Pay Pro实时汇率测算】。
扫码关注右侧“MIC跨境全链路”公众号，
查询平台优惠汇率。



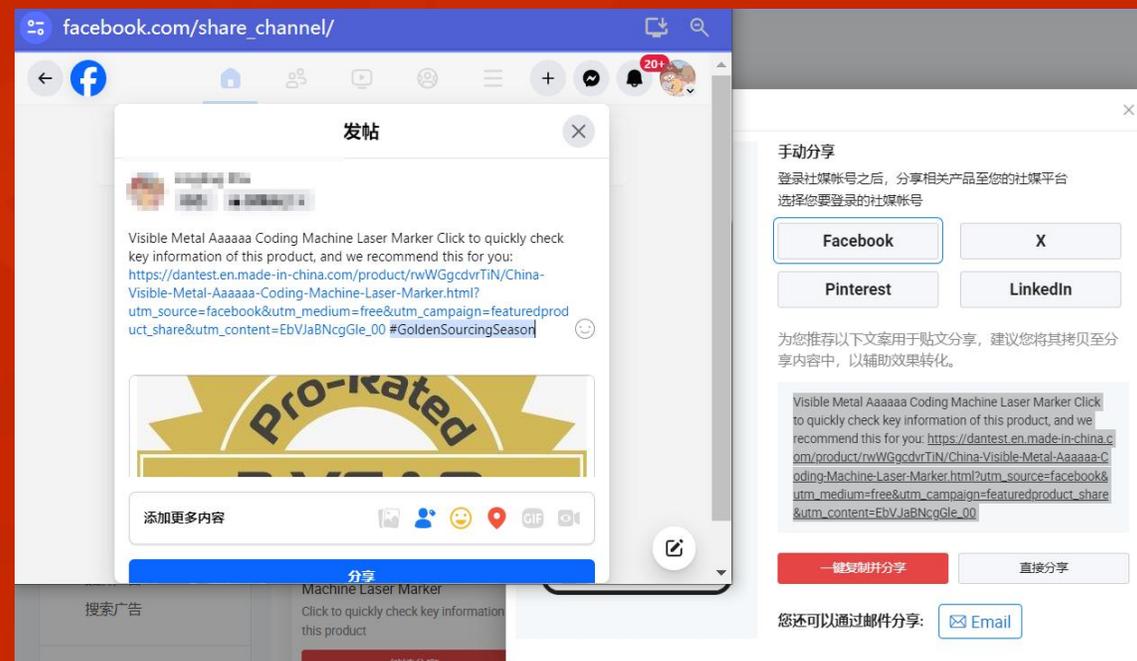
费用类型	活动费率
Global Pay Pro服务费	仍为0
T/T服务费	仍为0
卡支付交易服务费----五折补贴	
近三个月交易金额<2万美金	1.5%，封顶75美金 3%，封顶150美金
2万美金≤近三个月交易金额<20万美金	1%，封顶50美金 2%，封顶100美金
近三个月交易金额≥20万美金	0.5%，封顶25美金 1%，封顶50美金
提现至法人个人银行账户手续费----五折补贴	
近三个月交易金额<2万美金	0.25% 0.50%
2万美金≤近三个月交易金额<20万美金	0.15% 0.30%
近三个月交易金额≥20万美金	0.10% 0.20%
提现至对公账户手续费	仍为0

社媒分享赛，PK赢好礼

8月1日-8月31日

玩法预告

活动期间使用SNS社媒一键分享功能发布公司产品、新品等产品贴文至公司的社媒账号（Facebook/LinkedIn/X/Pinterest等），并带上“金秋采洽会”#GoldenSourcingSeason活动话题标签。



参与有奖，根据分享次数等维度统计奖励，最高可享MIC官方账号推广万次曝光

商家故事集，有奖征稿活动

8月1日-8月31日

玩法预告

仅面向金秋采洽会入驻商家

分享主题（任选但不限于以下内容）

- 活动体验/感受
- 买家洽谈心得
- 询盘成单故事

买家采洽跟进技巧



上海利璞新能源科技有限公司
陈安南

接触的很大一部分买家都是询价光伏系统，这类产品价格较高。很多顾客了解价格后就望而却步，我们及时更改了行动方针，打价格战！把握住这来之不易的机会，争取多成交几笔新客户的订单。



东莞市豪维精密模具有限公司
李登艳

超级出海季给我们店铺带来了更多的流量，也发现买家更愿意用TM来咨询产品，所以TM要保持24小时在线。在夜间我们休息的时候，可以设置一些自动回复的话术。在VO——商机——左下角“TM接待设置”可以添加问题和答案。



江西荧光磁业有限公司
焦安康

本次超级出海季期间接触到了很多不同国家的客户和项目。德国汽车客户，非常专业也非常细致；印度买家则对于价格有着极高的敏感度，同行间需要拼杀与博弈；来自欧洲的买家对我们的产品包装提出了很高的要求。



邢台弢义机械制造有限公司
杜杰

我们是专业生产电动车、电动堆高车的厂家，4月收到了一封来自哈萨克斯坦的询盘，我们快速形成方案、发送报价单，通过线上会议详细沟通了相关细节，帮客户进行了线上验厂，成功签订了购销合同。

商家说

出海季“巧遇”广交会采购商



Merrick 外贸经理
宁津县华源橡塑有限公司
主营产品：塑料板材、地面保护垫

商家说

超级出海季活动为我们提供了一个精准定位的展示舞台。我们的企业和产品以全新的方式呈现出来，相比于以往依赖搜索的曝光形式，在出海季中我们可以用另一种高效的方式，在针对性强、亮点显著的场馆中向客户展示我们的产品。

活动期间，我们获得了可观的商机增长。与上月同期相比，我们的询盘量增加了36%，而且来自中南美洲和东南亚等新业务区域的意向客户也明显增多。相较于单纯的数量增长，通过活动让更多国家和地区的人有机会接触和了解我们的企业和产品，实现业务空间的拓展则更加难能可贵！

超级出海季活动期间，通过展示页面的精准定位，一位墨西哥的B端客户发现了我们的产品，经过多次沟通和洽谈，惊喜的发现对方是参与本届广交会的采购商之一。作为参展的供应商，我们自然不会放过邀约客户到我们的展位进行面谈的机会，而这正是有赖于超级出海季活动直接、精准的流量导入。

超级出海季活动不仅是一个商机聚集的平台，也是一个行业洞察的机会。通过其他参与者的活动产品，我们可以更直观了解行业的最新趋势和市场动态。这无异于为我们提供了一个行业现状考察和自身业务策略评估的快车道，希望大家都能参与进活动中，跟着平台一起乘风破浪！

纺织行业

在全球交易量最大的22种中间品中，中国有20种处于领先地位，前几位包括纱线、纺织品等。



Samly
汕头市非凡服饰有限公司

三月初，我就主动守着出海季的名额，抢占商机！赢取名额后，我把活动做成了海报形式，以邮件的方式发送给一些展会上见过面，但始终谈不下来的客户群体。

有个乌克兰的客户问我：“这个是什么活动，为何你这么在意？”我回答他说：“This is MIC Amazing April, this opportunity that let you know us more and we are waiting for your attention all the time.”成功吸引买家注意。

他看到我的产品广告做得这么“响”，觉得应该是有“料”，这次，他愿意试单，USD 5000一次性打款，我初尝到了“出海季”带来的甜头。这个月即将出货，相信不久，客户还会继续返单，借着这个势头，我还送了客户样品，期待下次订单的到来！

4月活动期间，在TM上也多了一些小语种买家进行产品的沟通，法语站、阿拉伯语站的询盘不在少数。参加出海季至今，我司曝光量和询盘量都稳步上升，每周关注后台的“数据罗盘”数据都很Nice。

享海报制图、国内社媒宣发、供应商积分等多重奖励，优秀投稿更有机会入选活动栏目采访

供应商咨询通道



400 热线

400 671 7777



在线客服

网页端登陆后台
右侧客服中心
App端“消息栏”在线客服



客户经理

还未加入高级会员？
扫描上方立即加入↑

金秋采洽会
洽赢好生意

