

# 商家说

“新材料备受瞩目，买家商机不断”

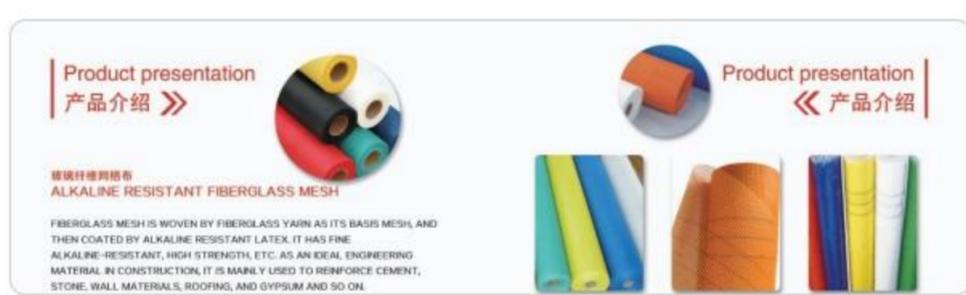


**Dawn** 外贸经理

秦皇岛同宇建材有限责任公司

主营产品：玻璃纤维制品

作为一家专注于建筑增强材料研发与销售的企业，我们在金秋采洽会中收获满满。活动开始到现在，我们公司生产的一款**新型网格布材料**，因使用了先进的编织工艺，结构均匀稳固，成为了备受瞩目的爆品，热度飙升。此外，我们还为客户提供了多样化的规格选择，满足不同建筑项目的特殊需求。



由于金秋采洽会是中国制造网一年仅有两场的平台级活动，在报名时我们就非常重视，根据不同场馆做了产品优化，持续观察访问量、询盘量的变化。我们坚信**高质量产品一定会带来高回报**，这也是每次活动都要配合平台，积极优化产品的原因之一。本次我们特别报名了区域热品馆，更有针对性地对主推产品进行推广。

区域热品馆（仅限轻工行业报名）--欧洲

- 仅限特定目录下的产品：安全和防护、电气电子、医药卫生、农业食品、箱包和礼盒、纺织、服装配饰、工艺品、轻工日用品



不同地域和行业差异，带来的买家需求和关注点也不同，在此也与大家浅谈过往与买家的洽谈经验：

来自**欧洲的买家**，他们通常具有丰富的行业经验和专业知识，对于产品的质量标准和细节要求极其严格。我们曾经遇到一位德国买家，他对材料的每一项性能指标都进行了深入询问，并要求查看详细的质量检测报告和相关认证。为了满足他的需求，我们精心准备了全面且权威的资料，用数据和事实说话，最终赢得了他的认可。

而来自新兴市场，例如**东南亚的买家**，他们往往更注重产品的性价比和实际应用效果。这就需要我们提供的产品可以契合当地的气候条件，另外报价也需要具有竞争力。



与买家进行洽谈

每一次与买家的交流都是一次学习和成长的机会。通过了解买家需求和关注点，我们能够更精准地**调整产品和服务策略**，以更好地满足市场的多样化需求。我们期待中国制造网未来能有更多这样的线上活动！



扫码参与  
活动投稿



# 商家说

"妙用产品主图，让我脱颖而出"



**田芯竹** 外贸经理

沈阳斯麦尔科技有限公司

主营产品：快递柜、室外机箱/机柜

市场竞争愈发激烈，我深知产品图片的重要性。本次报名活动的产品，我们特别选用符合人眼舒适度的配色，再加上**金秋采洽会的专属标志**，从视觉上就给予了用户良好的体验。



这是我们今年参与的中国制造网的第二场大型活动，8月活动开始不久，我们就获得了一位**来自美国的客户**。他最初就是被我们的主图所吸引，在进一步的沟通中，我们逐步向他**展现出公司实力**：我们是一家拥有十几年历史的老牌企业，具备丰富的外贸经验。而且，我们的产品具有超高的性价比，**价格竞争力强**，这让他非常感兴趣。



这位美国客户给出的**定制需求非常具体**，例如颜色鲜红、箱子带编号、需要备用钥匙等等。我们一一解答，并给出了详细报价以及产品运到美国的运费。在面对与产品价值相差不是很多的国际邮费时，他有些犹豫。我理解他的顾虑，于是向他详细介绍了我们的**产品优势和售后服务**，并将预计的送达时间缩短了10天。最终客户还是被我们的服务和产品所打动，选择了我们的“室外多门邮箱”产品，并爽快地支付了定金。



工厂生产情况

在收到定金后，我并没有就此放松，**继续与客户保持及时沟通**，向他定期反馈订单的进展情况，让他及时知晓产品的生产进度。同时，我也耐心解答他的疑问，让他感受到我们企业对他的关注和重视。感谢金秋采洽会，这次与美国客户的合作经历，让我收获颇丰！



扫码参与  
活动投稿



# 商家说

"全方位凸显专业度，询盘流量暴增"



**李振瑞** 首席执行官  
飞丞制冷科技（青岛）有限公司  
主营产品：制冰机

又是一年采洽会，今年我们提前两个月就开始活动准备，效果显著，询盘流量暴增。

## ·前期预热，精心准备平台产品素材

金秋采洽会期间，客户流量必然会增多，但是具体增幅，还是要看个人努力。因此，我们今年早早就开始准备了。

首先，集中力量对主打产品的图片进行优化，我们邀请专业团队到工厂拍摄高清优质的主图。以本次主推产品制冰机为例，客户最关心的就是冰型，那我们就对不同型号制冰机的冰型，厚度等进行拍摄。



强调产品认证等，客户重点关注的细节

对于制冰机而言，产冰速度和冰块质量、通透度也是一个很重要的参考点。为了能更全面的让客户了解我们产品的实力，我们在视频中展现了制冰生产的全过程。如果说主图影响的是点击率，那么产品详情页影响的就是转化率。产品参数、产品实物图、产品细节、发货图、证书等都是影响客户转化的重要因素，我们对此非常重视。

## ·中期优化，产品上传、修改

所有素材准备好后，就可以着手修改产品了。我的思路是对高流量的产品进行优化和推广。标题中可注明型号、参数以及使用场景等，有助于客户进行检索。我们可以通过后台“数据罗盘-关键词分析”，选用买家搜索热度高、同行竞争低的词；也可以对比出不同关键词之间的热度涨幅趋势。

## ·活动上线，我们主动营销推广

除上面提到的产品优化以外，我们对社媒分享PK活动也很有兴趣。根据活动报名要求，积极地进行了**SNS营销**。截至目前效果显著，询盘客户大幅增长。

另外，我们还**两次复购了活动期间的精点投服务**，推广效果非常显著，点击转化率更是**高达8.7%**。不仅增加了我们在活动中的排名优势，也使得客户精准度变得特别高。

我的推广计划 数据更新至2024-08-18

| 序号 | 计划名称                   | 营销开始时间     | 活跃买家曝光量① | 点击量① |
|----|------------------------|------------|----------|------|
| 1  | FlyCheng Ice Maker 2   | 2024-07-31 | 📊 明细     | 📊 明细 |
| 2  | FlyCheng Lab Equipment | 2024-07-15 | 📊 明细     | 📊 明细 |



扫码参与  
活动投稿



# 商家说

"流量加速，商机满满"



**Yergo Xu** 运营经理  
四川一鑫电力设备有限公司  
主营产品：电力变压器

新入驻中国制造网的我，切实感受到平台对8月金秋采洽会活动运营的高度重视。中国制造网是真正地在我们商家做全域的用心引流，为买家提供全方位优质的采购体验。

在活动前期，我的客户经理积极与我对接，发来了平台活动直播的通知。我了解到，本次活动细化了不同场馆的要求，例如源头工厂馆，不仅能展现出我们公司的实力背景，也能帮助买家精准采购。另外天使启航社群里，大家互动沟通、资讯分享，也逐步加深了我对金秋采洽会的期待。

Vivian Yuan (深圳市) - 深圳市机电有限责任公司

@河北维悦-金属丝网 - Ying 你这两个月效果不错，你做了哪些改变？

WeiYue mesh - Ying - 河北维悦丝网制品有限公司

采洽会效果还可以，能报的活动都报上。下半年我们又做了聚焦，数据上来看应该是有效果，展现的品询盘量都多起来了

## 社群截图

中国制造网为我们提供了活动期间专属的图片和产品打标，让店铺和每个商品都穿上活动的“新装”，活动红色的基调充满了希望，让我们以全新的面貌去迎接每一位买家。贴心的**SNS营销**，让我们可以把产品直接**一键分享到社媒平台**。不仅可以分享文案，还可以加入产品的跳转链接，全方位满足了我们站内、站外的宣传需求。

| 产品信息   | 总分享次数 | 分享点击量 | 最近分享人    |
|--|-------|-------|----------|
|  <p>315kVA Electric Power Step up Down Distribution Epoxy Resin...</p> <p>FOB Price: US \$...<br/>Min. Order: 1 Piece</p> | 2     | 13    | Yergo Xu |

## SNS营销分享界面

金秋采洽会**联合精点投活动**，让我们的流量加速，商机满满。同时，也给予了我们很大的信心，我们在北美市场进行了产品推广的二次尝试。

我的推广计划 数据更新至2024-08-18

| 序号 | 计划名称          | 营销开始时间     | 活跃买家曝光量 | 点击量 | 点击转化率 | 推广状态 |
|----|---------------|------------|---------|-----|-------|------|
| 1  | 北美市场产品推广测试第二次 | 2024-08-03 | ...     | ... | ...   | 推广中  |
| 2  | 北美市场产品推广测试    | 2024-07-09 | ...     | ... | ...   | 已完成  |

从设置营销计划开始，我们店铺的**活跃买家数量有了显著上升**，通过精点投引流的北美买家的访问占比，达到了**20.7%**，产品点击的成本也比预期降低很多，这让我们非常激动！在此愿所有辛劳的外贸人，都能在这个8月金秋采洽会收获满满！



扫码参与  
活动投稿



# 商家说

“流量飙升！让我们的产品脱颖而出”

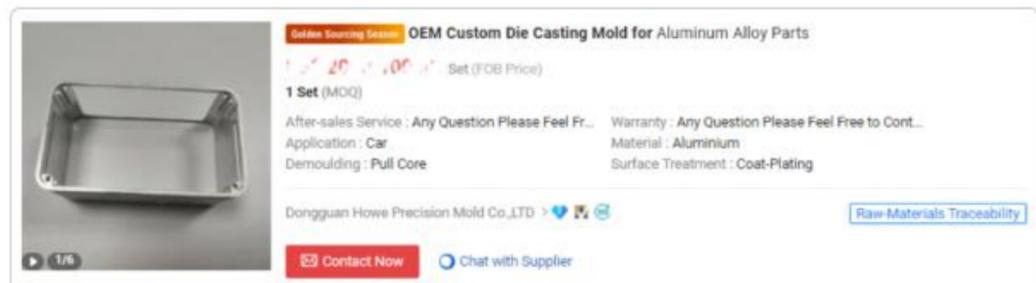


**李登艳** 外贸经理  
东莞市豪维精密模具有限公司  
主营产品：注塑模具

去年金秋采洽会，我们的产品收获了比平常更多、更精准的商机。因此，今年一看到活动公告，我就决心要抓住这个宣传机会。平日我经常关注【潜力天使启航社】官方社群，每当有活动消息，群内都会第一时间通知。7月4日，我准点蹲守，成功抢到了金秋采洽会门票，有幸参加今年下半年最大型的平台活动。

首先我根据活动页面的场馆招商指引，来到专场活动界面进行活动报名。我们的塑胶模具制品有很多应用场景，如零售批发馆、定制产品馆、源头工厂馆等等，产品都很符合这些场馆的玩法门槛，我选择了100多个平时访问量高、询盘量多的产品，报名活动并顺利通过了审核。这里，我也想提醒其他的供应商朋友，如果产品审核通过了，就不要再修改，以免产品失效，无法展示。

中国制造网一整个月都在大力宣传金秋采洽会，买家进入网站首页第一时间就会关注到该活动。我在首页搜索产品关键词还发现，活动产品会显示“Global Sourcing Season”标签。我们的产品有活动打标，这样可以加深买家对我们实力的感知，有利于大幅提高产品的访问转化！



活动上线后，我们也没有松懈。通过后台的SNS营销，把优品和热品分享到LinkedIn, Facebook, twitter, Pinterest这四个社媒平台。既能借着金秋采洽会海外活动话题增加流量，又可以参与到分享PK赛活动，赢取更多积分。

SNS营销 > 分享记录

特色产品 特色视频 3D Virtual Showroom

分享时间 分享人 分享渠道 已保录或即将录

共分享产品: 927次

| 产品名称   | 总分享次数 | 分享点数量 | 最近分享人     | 最近分享时间     | 最近分享渠道    | 专题活动 | 操作   |
|--|-------|-------|-----------|------------|-----------|------|------|
| Custom Matte Surface Plastic Cover Injection Molding for...      | 10    | 2     | Shawn Lee | 2024-08-23 | Twitter   |      | 继续分享 |
| Zinc Die Casted Mold Shop with Custom Made Service In...         | 8     | 2     | Shawn Lee | 2024-08-22 | Facebook  |      | 继续分享 |
| Custom Making Single Cavity Plastic Injection Mold for...        | 3     | 1     | Shawn Lee | 2024-08-15 | Pinterest |      | 继续分享 |
| Toolmaker OEM Smooth Surface Cover Plastic Injection Mold for... | 23    | 4     | Shawn Lee | 2024-08-15 | Facebook  |      | 继续分享 |



扫码参与  
活动调研



# 商家说

“领跑行业高地，引爆活动流量”



**罗霞** 运营经理

杭州沙塔国际贸易有限公司

主营产品：花洒及淋浴用品

我们公司自2021年起就入驻了中国制造网，起初专注于销售建筑管材、钢丝网骨架管这类，在建材行业内颇受欢迎的产品。后来，我们根据目标市场的买家喜好，发散性选品，覆盖不同类目，如水龙头、淋浴花洒等，有效的扩大了流量。每次产品上新后，都能带来非常显著的访问量和询盘转化率的提高，吸引了越来越多的买家。从去年10月份开始，账号整体数据都高于同行TOP10平均水平。当然除了选品策略调整以外，中国制造网平台的大型活动更是不容错过，我们几乎每年都有参加。

|  |  |                     |
|--|--|---------------------|
|  | 【超级出海季】一键速发馆                           | 2024-03-04 12:12:56 |
|  | 【超级出海季】成品采购馆 (名额已满, 感谢关注)              | 2023-02-23 10:27:58 |
|  | 【金秋采洽会】新品发布会, 火热来袭! 报名通道将于9/7 17:00关闭! | 2022-08-22 13:22:01 |

## 定期参与平台大型活动

金秋采洽会是平台最重要的活动之一，必须满足一定条件才能报名，比如这次需要供应商星级达到三星以上，才能参与门票秒杀。设定这样的门槛，很大程度上保证了我们这类平台活跃商家的权益，也不枉我们在日常运营中的付出。

供应商星级 当前星等级 ★★★★★ (每月3日更新)

下月预测星级 五星

|       |      |                                  |
|-------|------|----------------------------------|
| 产品力五星 | 94分  | <div style="width: 94%;"></div>  |
| 展示力五星 | 100分 | <div style="width: 100%;"></div> |
| 营销力五星 | 90分  | <div style="width: 90%;"></div>  |
| 保障力五星 | 100分 | <div style="width: 100%;"></div> |

立即提升

星级供应商权益

- 搜索排名优势
- 运营活动准入
- 云展会优先入驻
- RFQ报价奖励
- 升星积分奖励
- 星级供应商推广专区

## 供应商星级长期保持五星

8月活动期间，效果相比平时有着显著提升。在我们原有流量基数很大的情况下，活跃买家访问量仍然提升了10%，询盘转化率更是提升了5%，再次说明了中国制造网活动流量的精准性。目前，通过金秋采洽会活动，我们已经积累了一批优质买家资源，接下来也会继续和买家保持积极沟通，用心接待每一位买家，为他们提供更优质的采购体验。

及时回复率

95.65%

同行Top10平均: 90.20%

平均回复时间

3.83h

同行Top10平均: 5.8h

## 确保对商机的及时跟进



扫码参与  
活动调研



# 商家说

"全渠道发力，成功锁定大单"



**Samly** 外贸经理

汕头市翡凡窗饰有限公司

主营产品：窗帘流苏，卷帘

这次的金秋采洽会，刚好和我司线下家纺展的时间周期一致。在线上、线下流量的双重加持下，我们收到了很多高质量的询盘。展会现场接单从早忙到晚，回到酒店后，又赶紧登录中国制造网后台忙着回复询盘，等邮件和当天订单总结完毕后，已接近半夜12点啦，明天早上6点多接着起床赶展会，真的是非常充实，收获满满！

有一个早上，我收到平台来自欧盟友国-**阿根廷买家 Marti**的询盘，他需要的刚好是这次金秋采洽会品牌分销馆中，我报名的**一款欧洲市场的产品**。



卷帘，蜂巢帘等成品帘

由于客户是**商超性质**，目标很明确，就想找一个工厂定制产品。这类产品的价格通常较低，而我们公司专注于高端产品的生产，此前没有涉足商超领域的经验，现有产品线与他们的需求**并不完全匹配**。

面对这样的情况，我立刻有了一个主意。既然我身处展会，为何不采用代购的方式来接下这个订单呢？我可以在展会现场寻找有商超经验的同行公司来合作，而我所在的外贸公司则**负责中间的沟通和协调**。

这个方法果然奏效！我在展会上结识了几个**专门做商超订单的厂家**，在交流中，我也了解到商超的包装方式和配件等细节。让我更有信心去拿下这一单，紧接着我联系客户提供目标价。

展会结束后，我立即着手分析核算这些厂家的报价单，并在成本基础上，加上适当的中间费用，报价给客户。没过两天，客户就表示了认可，需要先做两三个样品寄过去，他来承担运费和样品费。这笔**订单目前在打样阶段**，客户最终需要每个尺寸各500只的数量，共有四个产品，每个产品12个尺寸，这样算下来，数量也达到约24000只！

通过本次金秋采洽会得到这位客户的宝贵经历，**我总结出以下经验：**

1. 中国制造网的每次**大型活动必须要参加**，流量加持是肯定的。
2. 自己的**产品要分主次**，多报名符合的场馆，审核通过的产品不要轻易更改目录。
3. Facebook, Linkedin, WhatsApp线上多渠道营销，结合线下展会，充分利用**全渠道资源**为自己铺路。



扫码参与  
活动调研



## 活动效果喜人，巧用AI接待买家

佛山市顺德区睿焙制冷设备有限公司

主营产品：直立冷冻室，展示冰箱，冰箱陈列柜

我司精心研发的立式展示柜产品，有幸参加了本次MIC国际站举办的“金秋采洽会”。这场年度盛会汇聚了众多国内外优质供应商与采购商，通过一系列**精准高效**的对接活动，为我们带来了前所未有的**商机**，也让我深刻体验到了国际贸易的魅力与潜力！



(平台产品页面)

扫码查看原文



## 活动上线不到一周，直接成交了两个客户！

公司名称：苏州温斯顿进出口有限公司

主营产品：管材机械、机床

我们从21年起，每次大型活动都会参加，几次活动的感受都很不错。**场馆玩法很符合海外买家的采购偏好**，带来的**商机很精准**，这次活动更是加深了这一印象。我一直在关注中国制造网的海外社媒，看到金秋采洽会官方图片后，第一时间让美工部门设计了符合**活动氛围**的展示厅海报。



扫码查看原文



## 小语种商机收获颇丰

公司名称：常州为诚焊割设备制造有限公司

主营产品：等离子耗材配件、机械五金

本次的金秋采洽会活动，我们第一时间就参与了门票秒杀，并报名了源头工厂馆、行业优品馆、非成品赛道等多个场馆。我们的主推产品等离子Powermax105电极，在刚上线的第一周，访问量和询盘量就显著增加，截至目前，访问转化率达到**23.68%**，询盘转化率为**11.11%**。

全球制造业景气回升，为外需回暖带来利好。8月上线的金秋采洽会为买家们提供了更长的采购周期，为**万圣节、黑五、圣诞节等旺季提前备货**，我们也敏锐地察觉到本次活动意义重大，因此在报名前优化了产品和展示厅，使用了更加凸显实力的品类集合图。



(供应商展示厅海报)

扫码查看原文

