

# 供应商星级

中国制造网官方出品 2025.01





# 1. 星级评定体系

(含2025年1月升级解读)

# 2. 产品力解读

(含产品星级升级详解)

# 3. 展示力解读

# 4. 营销力解读

# 5. 保障力解读

CONTENT



# 01

Part 1

## 星级评定体系

(含2025年1月升级解读)



星级体系作为平台衡量**产品信息品质**和**供应商能力**的重要指标，旨在引导供应商更好地满足市场需求，是影响站内外推广的重要因素。

供应商星级

  
供应商

  
产品

产品星级

标准：

什么样的产品和供应商更受买家青睐？

权益：

如何给优商优品更多的商机机会？



# 供应商星级

供应商星级是中国制造网综合评定供应商服务海外买家意愿及能力的分层体系，旨在帮助供应商成长，提升海外买家体验，促进商机转化。



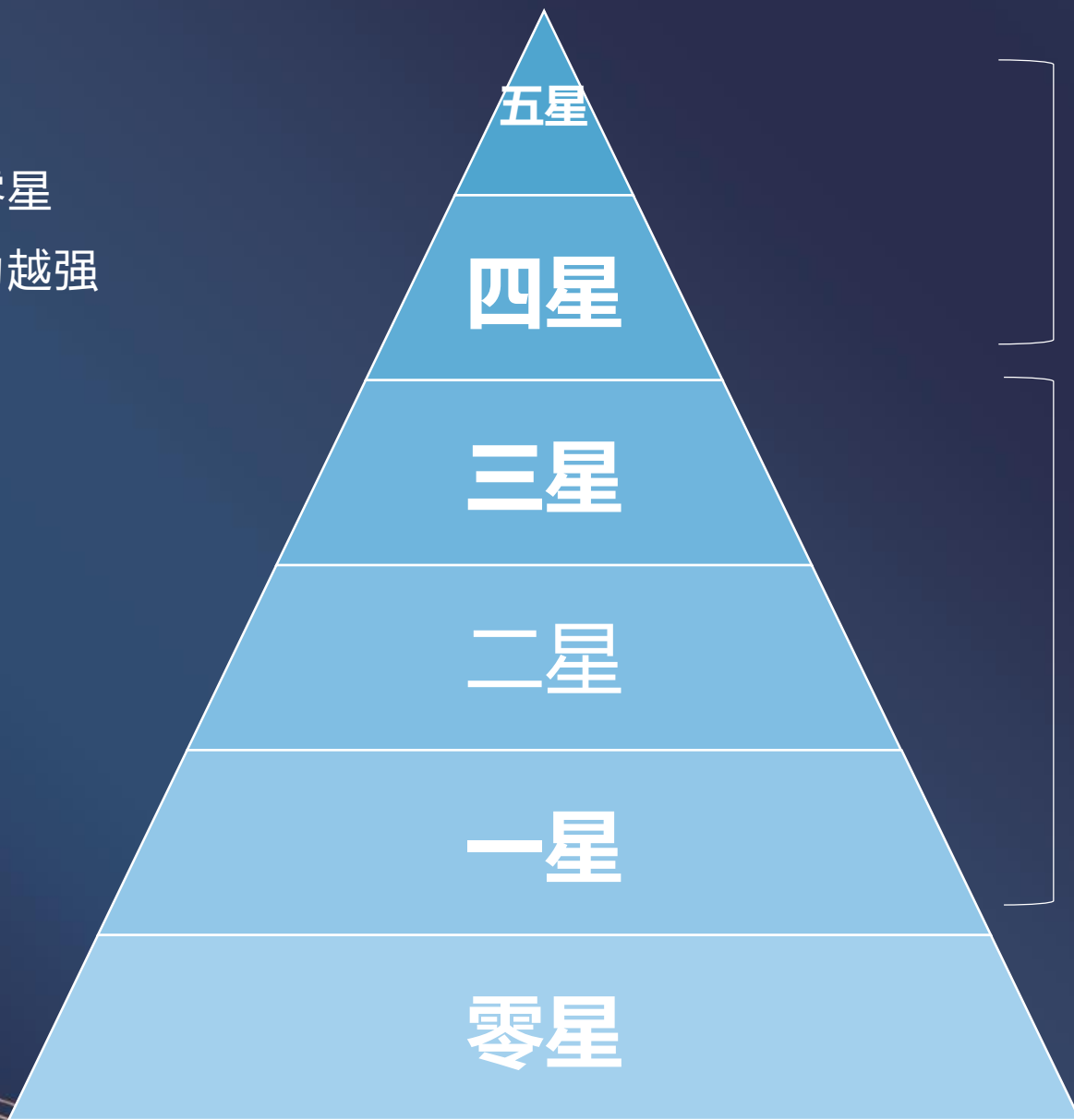




## 星级划分

\*未达星级的供应商为零星

\*供应商星级越高，能力越强



行业龙头  
品牌出海

实力商家  
中国好货

传统外贸，新手起航

## 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

### 搜索排名权益

产品参与前台搜索展示时，同等条件下，供应商星级越高，搜索排名优势越强

### RFQ报价奖励机制

供应商在买家发布RFQ后48小时之内成功报价RFQ，且同时满足以下3个条件，即可获得报价奖励—查看买家邮箱。

- 1) 供应商星级为一星及以上
- 2) 高级会员近三个月无报价惩罚记录
- 3) 高级会员推广期间无贸易纠纷

### 升星积分奖励

供应商星级获得星级提升（当前星级 > 当前服务期内历史最高星级，即可奖励2000~20000积分不等

当月一次性升多个星级时，积分可累加，次月3日后可自行领取积分



## 新会员星级保护期

**新会员星级保护期** 是中国制造网推出的新客保护机制，旨在解决新会员上线初期，因提升星级需要一定运营周期而无法及时享受星级权益的问题。

### 1) 面向群体：

中国制造网新开通的高级会员

### 2) 权益享受时间：

新会员服务上线当月及次月（最多2个自然月）

### 3) 权益范围：

搜索排名优势、RFQ报价奖励、运营活动准入

### 规则：

供应商开通平台的前两个自然月内：

- 金牌会员不足一星时按一星保护；
- 钻石会员不足二星时按二星保护。

注：新会员星级保护期自高级会员服务上线日起，预开通阶段不保护



路径: Virtual Office >> 供应商星级

Virtual Office 产品 展示厅 商机 营销 交易 资产 国际物流 数据罗盘

您报名的云展会未审核通过, 请尽快修改。 [立即查看](#)

**待办事项** 更新时间: 2024-05-11 10:10:00 (每10分钟更新一次)

<b>288</b> 订单待报价	<b>92</b> 订单待发货	<b>520</b> 未读询盘	<b>1707</b> 待回复询盘	<b>5</b> 产品待修改	<b>待绑定</b> 微信公众号待绑定	<b>1</b> 活动报名未通过
---------------------	--------------------	--------------------	----------------------	-------------------	------------------------	---------------------

**供应商星级** 当前星等级 暂无数据 (每月3日更新) [查看星级供应商权益](#)

**下月预测星级** 暂无数据

产品力 0分	展示厅 0分	营销力 0分	保障力 0分
--------	--------	--------	--------

[立即提升](#)

**星级供应商权益**

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

会员类型: 钻石会员 2024-11-30 到期

流量加速器-精点投  
为您推荐流量加速器【精点投】, 点击付费, 精准营销! [立即查看](#)

云培训  
5月外贸培训课程  
[查看更多](#)

网页版麦通

供应商星级: 每月3日更新

下月预测星级: 每日更新2天前数据

点击“立即提升”进入星级提升页面

「当前星等级」和「下月预测星级」中较高的星级, 将直接决定当月享受的星级权益



# 星级查看

供应商星级页面，显示所有已完成及待完成星级指标、我的表现、下一星级供应商的平均表现

- ① 星级供应商分别提供了成长攻略及提升任务
- ② 供应商参考攻略完成相应的任务即可提升对应指标得分
- ③ 完成能力提升项，可获得更高级别的星级

供应商星级

星级所享权益

我的表现

我的得分

我的平均分

当前星级 暂无数据 (每月3日更新,取上月最后一天数据。)

下月预测星级 暂无数据

每天更新 (最近更新为2024年08月09日) 点击查看能力项中最佳的星级,建议优先提升星级低的能力项。

能力项	一级	二级	三级	四级	五级
产品力	0	60	70	80	90
设计类 (星级供应商计划查看介绍)	我的表现	我的得分	我的平均分		
4.5星及以上产品占比	-	-	77.72%	达标	立即提升
关联商机/询盘产品占比	-	-	29.22%	达标	立即提升
近90天有效询盘产品	-	-	77.51%	达标	立即提升
近90天有效订单产品	-	-	42.92%	达标	立即提升
展示力	0	60	70	80	90
设计类 (星级供应商计划查看介绍)	我的表现	我的得分	我的平均分		
360全景展示	-	-	14%的同行已启用	达标	立即提升
3D效果展示	-	-	-	达标	立即提升
企业级相册展示	-	-	已上传3张,绑定相册3张	达标	立即提升
公司介绍展示	-	-	已展示	达标	立即提升
公司介绍详细展示	-	-	4张	达标	立即提升
企业资质证书展示	-	-	6个	达标	立即提升
公司介绍≥1000个字符	-	-	1381个字符	达标	立即提升
供应商实力标准	-	-	5个	达标	立即提升
荣誉资质	-	-	-	-	-
主要产品	-	-	7个	达标	立即提升
产品展示	-	-	3张	达标	立即提升
营销力	0	60	70	80	90
设计类 (星级供应商计划查看介绍)	我的表现	我的得分	我的平均分		
详情页 (总24页)					
TM在详情页	-	-	58%占比	达标	立即提升
登录次数	-	-	10次	达标	立即提升
商机咨询 (总24页)					
及时回复率	-	-	45.72%	达标	立即提升
平均响应时间	-	-	建议4小时内回复买家咨询	达标	立即提升
客服回复	-	-	54	达标	了解详情
在线客服次数	-	-	40次	达标	立即提升
询盘转化率	-	-	1%的同行已询盘咨询	达标	立即提升
营销转化 (总24页)					
询盘转化率	-	-	70%	达标	立即提升
客户转化率	-	-	-	达标	立即提升
在线客服 (总24页)					
在线客服	-	-	-	达标	立即提升
买家好评率	-	-	-	达标	立即提升



# 星级指标

商机回复很重要，  
权重大提升！

## 产品力

- ① 4.5星及以上产品占比
- ② 关联视频/动图产品占比
- ③ 近90天有访问量产品
- ④ **核心产品高星占比** ★
- ⑤ **产品非重复率** ★

1月升级中④⑤两项暂  
不考核，预计2025年  
7月正式考核。

## 展示力

- ① 360全景展示
- ② 企业横幅展示/海报
- ③ 公司视频展示
- ④ 公司实景图展示
- ⑤ 企业风采子栏目数
- ⑥ 公司描述 ≥ 1000个字符
- ⑦ 实力标签
- ⑧ 主营产品
- ⑨ 产品展台/产品区块

## 营销力

- ① **近30天及时回复率** ★
- ② **近30天平均回复时间** ★
- ② 近30天商机营销
- ③ 近30天营销转化
- ④ **近90天在线采洽**

## 保障力

- ① 产品健康
- ② 账号健康 (近180天)
- ③ 交易保障 (近90天)
- ④ 投诉纠纷 (近180天)



## 星级评定

供应商星级是供应商各能力指标的综合数据表现，取自上个自然月最后一天的数据。

每月3日更新，取各能力指标（目前为：产品力、营销力、展示力、保障力）中最低的星级。

产品力

展示力

营销力

保障力

能力综合考评，四大能力  
指标需同时满足右侧得分，  
方可提升供应商星级

星级	各能力项得分
五星	≥ 90分
四星	≥ 85分
三星	≥ 80分
二星	≥ 70分
一星	≥ 60分





星级体系焕新方向

# 结合B2B买家线上采购旅程中核心触点 精准响应买家需求



浏览体验优质

真实有迹可循

服务响应及时





# 1月新升级——核心调整

## 产品力



- ①新增核心产品**高星**占比考评
- ②新增产品重复率考评  
(这两项指标暂不做考核仅呈现  
供应商真实数据; 预计于2025年7  
月开始考核, 请尽快优化)

## 营销力



- ①提升近30天及时回复率和  
平均回复时间的考评权重  
**商机及时响应非常重要!**
- ②提高买家好评的加分

产品星级  
同步升级



# 星级体系升级节奏

## 供应商星级保护期

2024  
12·11 | 星级体系  
升级预告

2025  
1·6 | 产品星级规则正式生效  
供应商星级-下月预测星级规则生效

2025  
3·3 | 供应商星级  
正式生效

供应商星级 星级保护至2025/3/3，选取当前星级或预测中高星级进行保护

当前星等级 ★★★★★ (每月3日更新)

下月预测星级	零星 ?
产品力	零星 0分
展示力	零星 10分
营销力	零星 52分
保障力	四星 85分

立即提升

# 供应商星级锁定保护期

星级保护至 **2025年3月3日**前

保护期限：按照2024年12月31日星级数据进行保护，星级保护至2025年3月3日前。

下月预测星级：2025年1月6日起，按最新标准判断



# 02

## Part 2

# 产品力解读



# 产品力评定

能力项	能力指标	指标解读
产品力	4.5星及以上产品占比	<ul style="list-style-type: none"><li>• 此项考评占比，即4.5星产品数/推广产品数</li></ul>
	关联视频/动图产品占比	<ul style="list-style-type: none"><li>• 此项考评占比，即关联视频（<b>视频质量正常</b>）或动图产品数/推广产品数</li><li>• 当关联视频（<b>视频质量正常</b>）或动图产品数<math>\geq 600</math>条时，此项得满分</li></ul>
	近90天有访问量产品	<ul style="list-style-type: none"><li>• 此项考评占比，即近90天有访问量的产品数/推广产品数</li><li>• 当近90天有访问产品数<math>\geq 1000</math>条时，此项得满分</li></ul>
	<b>核心产品高星占比 (暂不考核)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>此项考评占比，即高星级核心产品数/核心产品数（含主打、广告、展台产品）</b></li><li>• <b>当高星级核心产品数<math>\geq 100</math>条时，此项得满分</b></li></ul>
	<b>产品非重复率 (暂不考核)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>此项考评占比，即非重复产品数/推广产品数</b></li></ul>





# 产品力查看

## 产品力星级：

我的表现、我的得分、行业最高分、更高星级的平均表现、提升攻略、立即提升







# 产品星级同步升级

## 高星级产品的 3大优势:

1

**高曝光** | 规范信息提升搜索排名，  
多个推荐场景优先入驻

2

**促点击** | 多样展示加深买家感知

3

**提转化** | 证书验真+交易好评加持  
增强买卖信任

## 四大核心

信息多样性

资质真实性

交易保障性

买家青睐度



优品冲星

4.6、4.7星

基础达标

4.5星

亟待完善

4星及以下

产品星级划分

买方偏好

信息多样性

资质真实性

交易保障性

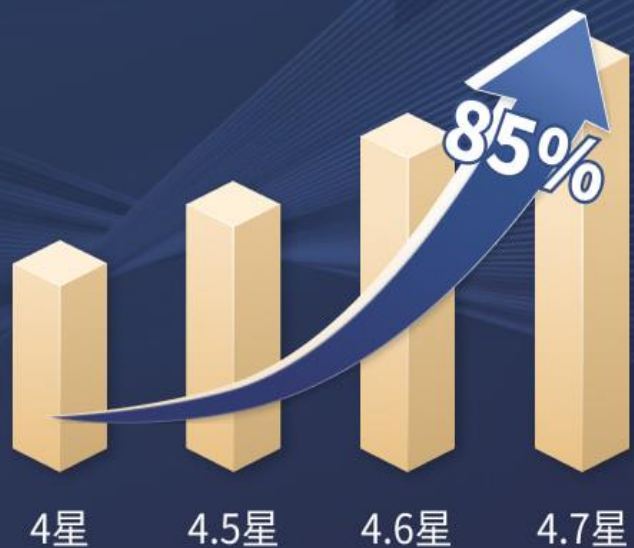
买家青睐度

4.5星产品  
如何升高星?

升星建议		4.6星	4.7星
升星条件			
产品唯一	非高度重复产品；非名称重复产品；非图片重复产品；	✓	✓
图片更佳	图片长宽比接近1:1；图片像素≥800x800；背景尽量浅色或纯色，不杂乱。	✓	✓
动态展示	产品关联图/视频，视频质量正常且单条视频关联产品数≤10条	任意达成两项	✓
产品认证	关联合适且验真通过的产品证书		任意达成两项
支持交易	开通为交易产品并审核通过		
买家青睐 <sup>①</sup>	近3个自然月行业转化TOP产品或已完成在线交易订单的产品。		✓

**核心产品** (主打产品、广告产品、展台产品) **尽快升星至4.6星、4.7星(按产品星级新规进行优化)**

4.6、4.7等高星产品较4.5星产品，询盘转化率提升85%



**核心产品查询路径:** Virtual Office>>产品>>所有产品, 筛选”产品设置”为主打产品、绑定广告及展示厅展台



# 产品力攻略

## 避免发布重复产品（尤其是新发产品/新修改产品的重复占比）

**新增产品重复率考评：**请至“产品-排名优化助手”页面修改重复产品，尤其是新发布产品和新修改产品。



### 要点：重复产品判定标准？

重复产品则包含三类：高度重复、图片重复和名称重复，只要涉及任一类型，则判定为重复产品。

- **高度重复：**高度重复是指产品名称、产品图片、产品属性与描述等多项信息同时存在一定程度重复。
- **名称重复：**系统会对产品名称做相同单词去重、不考虑单词顺序、单复数归一等系列判定后，当存在相同的产品名称时判定为名称重复。
- **图片重复：**当产品首图与其他产品首图高度重复时，则视为图片重复。





能力项	能力指标	一星	三星	五星
产品力	4.5星及以上产品占比	70%	90%	100%
	关联视频/动图产品占比	40%	60%	80%
	近90天有访问产品占比	10%	40%	80%
	核心产品高星级占比	100%	100%	100%
	产品非重复率	100%	100%	100%

## 产品力提升技巧:

- 发布4.5星及以上产品
- 核心产品优化至4.6星及以上
- 产品关联视频展示
- 优化0访问量产品
- 设置为广告/主打或展台产品
- 清晰明了的产品名称
- 图片美观, 关联视频/动图
- 明确的贸易条件, 避免可洽谈
- 6条以上的产品属性
- TM保持在线
- 优化修改重复产品





# 03

Part 3

展示力解读



# 展示力评定

能力项	能力维度	能力指标	指标解读
展示力	公司形象	360全景	有360全景且有展示, 当有启用热点时会加分
		企业横幅展示/海报	在前台展示的企业横幅数, 当有绑定链接时, 会加分
		公司视频展示	展示厅中公司Company Profile版块展示的公司视频数
		公司实景图展示	展示厅中公司Company Profile版块展示的公司实景图图片数
		企业风采子栏目数	展示厅About Us页面企业风采栏目下的子栏目 (栏目内容) 数量
		供应商实力标签	结合AR报告等将满足一定条件的内容进行综合打标
		公司描述 $\geq 1000$ 个字符	公司描述总字符数
	主营产品	主营产品	公司信息中主营产品添加的关键词个数
		产品区块	展示厅首页展示的产品展台组数



# 展示力查看

可参考“攻略”进行针对性提升

## 展示力



统计项 (鼠标悬停统计项查看介绍)	我的表现	我的得分	一星平均表现		
<b>公司形象</b>					
360全景	-	-	14%的同行已启用	攻略	立即提升
<b>3D实景</b> 取消	-	-	--	攻略	立即提升
海报	-	-	已上传3张, 绑定链接3张	攻略	立即提升
公司视频	-	-	已展示	攻略	立即提升
公司实景图	-	-	4张	攻略	立即提升



# 展示力攻略

能力指标	一星	三星	五星
360全景展示	---	---	启用全景并添加锚点
企业横幅展示	上传3张横幅, 并绑定链接	上传3张横幅, 并绑定链接	上传3张横幅, 并绑定链接
公司视频展示	上传并展示公司视频 (质量正常)	上传并展示公司视频 (质量正常)	上传并展示公司视频 (质量正常)
公司实景图展示	上传4张	上传4张	上传4张
企业风采栏目	子栏目数 $\geq$ 10个	子栏目数 $\geq$ 20个	子栏目数 $\geq$ 20个
公司描述	$\geq$ 1000个字符	$\geq$ 1000个字符	$\geq$ 1000个字符
供应商实力标签	---	1个	1个
主营产品数	3个及以上或公司信息勾选使用认证报告	3个及以上或公司信息勾选使用认证报告	3个及以上或公司信息勾选使用认证报告
产品展台设置	3组	3组	4组



# 04

## Part 4

# 营销力解读





## 营销力

### 商机响应(近30天)

**及时回复率**

**平均回复时间**

取消考核TM在线时间和登录天数，提高及时回复率和平均回复时间考核权重。

### 商机营销(近30天)

营销指数

自营销次数

活动参与次数 (加分项)

### 营销转化(近30天)

活跃买家访问量

客户转化率

### 在线采洽(近90天)

在线交易额 (加分项)

**买家好评** (加分项)



# 营销力评定

能力项	能力指标		指标解读
营销力	商机响应 (近30天)	<b>及时回复率</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>及时回复率=近30天24小时内回复买家数/近30天收到的买家数</li> <li>手动标记为已回复/无需回复不纳入统计；买家数（询盘/TM/议价订单）按天去重；被举报成功的买家不参与统计</li> </ul>
		<b>平均回复时间</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>近30天供应商回复买家当天首条消息所需的平均时间，为间隔小时数</li> <li>*手动标记为已回复/无需回复，不统计</li> </ul>
	商机营销 (近30天)	营销指数	<ul style="list-style-type: none"> <li>近30天供应商通过各渠道进行营销推广的综合指数，多项服务纳入营销指数统计，数智营销消费达标额外加分</li> <li>主要涉及会员级别以及已启用的营销渠道（包括英文站/多语站/移动端推广/数据银行/精点点投/俄语市场定向推广）</li> </ul>
		自营销次数	<ul style="list-style-type: none"> <li>统计近30天供应商进行的以下自营销方式的次数，按营销次数计分</li> <li>包含：RFQ报价、访客营销、SNS营销、视频频道、直播营销</li> </ul>
		活动参与次数（加分项）	<ul style="list-style-type: none"> <li>加分项，近30天内成功参加任意一次活动（专场活动/云展会）</li> </ul>
	营销转化 (近30天)	活跃买家访问量	<ul style="list-style-type: none"> <li>近30天自身指标与行业平均对比</li> </ul>
		客户转化率	<ul style="list-style-type: none"> <li>客户转化率=近30天的买家数/近30天访客数*100%，自身指标与行业平均对比</li> </ul>
	在线采洽 (近90天)	在线交易额（加入GP Pro交易额统计）	<ul style="list-style-type: none"> <li>加分项，近90天在中国制造网在线交易订单的累计金额（不包含退款金额）</li> </ul>
		<b>买家好评（分数增加）</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加分项，供应商整体评价分4.0及以上，将依据近90天收到买家的4-5星好评量获得加分。图文好评得分&gt;非图文好评得分</li> </ul>



# 营销力查看

营销力 

一星 二星 三星 四星 五星

统计项 (鼠标悬停统计项查看介绍)	我的表现	我的得分	一星平均表现		
<b>活跃度 (近30天)</b>					
TM在线时长	-	-	580小时	攻略	立即提升
登录天数	-	-	20天		立即提升
<b>商机营销 (近30天)</b>					
及时回复率	-	-	46.12%	攻略	立即提升
平均回复时间	-	-	建议6小时内回复买家询盘		立即提升
营销指数	-	-	54	攻略	了解详情
自营销次数	-	-	6次	攻略	立即提升
活动参与次数	-	-	1%的同行已参加活动	攻略	立即提升
<b>营销转化 (近30天)</b>					
活跃买家访问量	-	-	714		立即提升
客户转化率	-	-	--		立即提升
<b>在线采洽 (最近90天)</b>					
在线交易额	-	-	--	攻略	立即提升
买家好评	-	-	--	攻略	立即提升

取消

权重提高

可参考“攻略”进行针对性提升





**1小时内**跟进，买家回复提高**7倍**  
80% B端买家希望获得 **实时响应**

**更高效**  
的响应速度

**服务**  
**响应及时**

平台展示

展示厅+产品详情页多页面外显回复时间

平台激励

对平均回复时间快做榜单推荐



## 营销力攻略

### 持续买家好评获得累计加分

- 近90天买家好评累计加分：邀请买家评价，图文好评加分权重大于非图文好评



如何邀请买家评价

### GP Pro交易额纳入在线交易额统计

- 订单金额来源：（1）使用平台在线交易服务收款金额（2）使用Global Pay Pro账户收款金额

注：不统计已退款金额

### 多项服务纳入营销指数统计，数智营销消费达标准额外加分

- “精点投”纳入营销指数统计中
- 近30天数智营销消费达到2000元将会获得额外加分





## 技巧1：在线及时回复买家

**在线回复：**即在Virtual Office后台收件箱/TM回复买家

### 为什么要在Virtual Office回复询盘？

01

#### 邮件到达率更高

官方邮箱询盘提醒信+会员买家后台收件箱

02

#### 买家信息更详细

国家、身份、公司名称、搜索记录、往来会话记录、IP检测

03

#### 跟进渠道更丰富

后台收件箱、TradeMessenger、电话



## 技巧1：在线及时回复买家

**及时回复：**收到买家询盘/TM/议价订单后，12小时内及时回复，工作时间1小时内更佳！

### 及时回复小Tips：开启您的移动端双重保障

- 下载供应商App，可启用多账户登录功能



供应商APP  
支持多账户登录

- ✓ 多个账户同时在线
- ✓ 询盘消息同步提醒



- 开启微信公众号提醒功能（仅限高级会员）



打开**微信通知**  
询盘不会错过





## 技巧2：主动营销

每月最多可享有**300次**主动报价机会，**150次**访客营销机会(限钻石)  
**50场**直播营销机会，及**不限次数**的SNS营销、视频频道上传机会  
主动营销不仅可以提升营销力得分，更重要的是获取商机！

### 采购需求报价

主动报价，开发潜在买家

路径：商机 >> 未报价/采购速  
递/搜索采购需求

### SNS智营销

分享产品/视频/3D实景至海外社媒，  
吸引海外买家

路径：营销 >> SNS营销

### 直播营销

创建直播，主动邀约买家观看，  
助力成单效率UP！

路径：营销 >> 直播营销



### 访客营销

每日更新我的访客信息，  
主动营销即可获取更多机会

路径：营销 >> 访客营销(限钻石)

### 更新视频频道

发布视频至视频频道，促进商机转化

路径：营销 >> 视频频道





# 技巧3：参加活动

√ 符合条件的供应商，  
在线报名“专场活动”或  
“云展会”，获取额外推广  
资源，提升营销力得分

√ 报名通道：  
营销 >> 专场活动/云展会

Virtual Office 产品 展示厅 商机 **营销** 交易 资产 国际物流 数据罗盘

🌐 购买服务  
外贸服务市场

@ 数智营销  
AI速递  
金鹰快车  
社媒运营推广  
俄语市场定向推广 (Yandex)  
定向推广  
精点报 **New**

数智广告半年框 ●

全球贸易数据

营销数据大屏

🏠 平台广告  
品牌广告  
搜索广告

📁 平台活动  
云展会  
**专场活动**

### 专场活动

平台特色活动，全域推广，助力供应商斩获商机。

专场活动 | 已报名活动

**升星训练营-新手启航**  
专属新手的升星速成班！  
全程陪伴，快速进阶外贸高手！  
查看更多 >

报名进行中

**五月升星训练营-新手启航**  
报名时间：2024-05-13至2024-05-31  
账号搭建一头雾水？产品发布无从下手？平台规则所知甚少？  
还在迷茫吗？专属群运营，祝您两周进阶外贸高手！立即报名！

**立即报名**

**【AI应用大比拼】优品招募**  
立即报名 >

报名进行中

**天使用户持续招募**

报名进行中



# 技巧4：邀约买家评价

## 什么影响了购买决定？

在去年的B2B未来购物者报告中，影响购买决定的首要因素是促销和营销，但今年排在第二。

买家评价管理

我们今年看到的是评级和评论的重要性，它占据了第一的位置（12%）。这是与去年相比的一个重要变化，在去年，只有6%的受访者认为这是个影响因素。 --12%

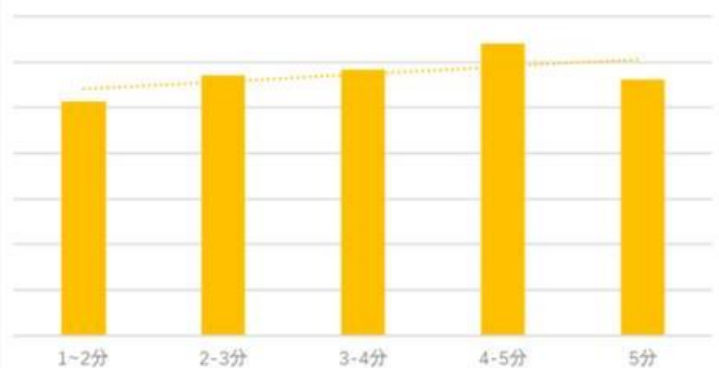
- 促销和营销 --9%
- 所在行业的领先企业、客户经理 --8%
- 行业出版物、广告、线上线下的贸易活动 --7%
- 同事和同行、行业领袖 --6%
- 家人和朋友 --5%

CUSTOMER RATINGS & REVIEWS	12%
PROMOTIONS & MARKETING	9%
THE LEADING BUSINESSES IN MY INDUSTRY	8%
ACCOUNT MANAGERS	8%
INDUSTRY PUBLICATIONS	7%
INDUSTRY WEBSITES	7%
ADVERTISING	7%
TRADE EVENTS (PHYSICAL)	7%
VIRTUAL TRADE EVENTS (ONLINE)	7%
SOCIAL INFLUENCERS	6%
COLLEAGUES & PEERS	6%
INDUSTRY THOUGHT-LEADERS	6%
TRADE ASSOCIATIONS	5%
FAMILY AND FRIENDS	5%
NOBODY / NOTHING INFLUENCES ME THE MOST WHEN PURCHASING FROM SUPPLIERS	1%

### 商品询盘转化



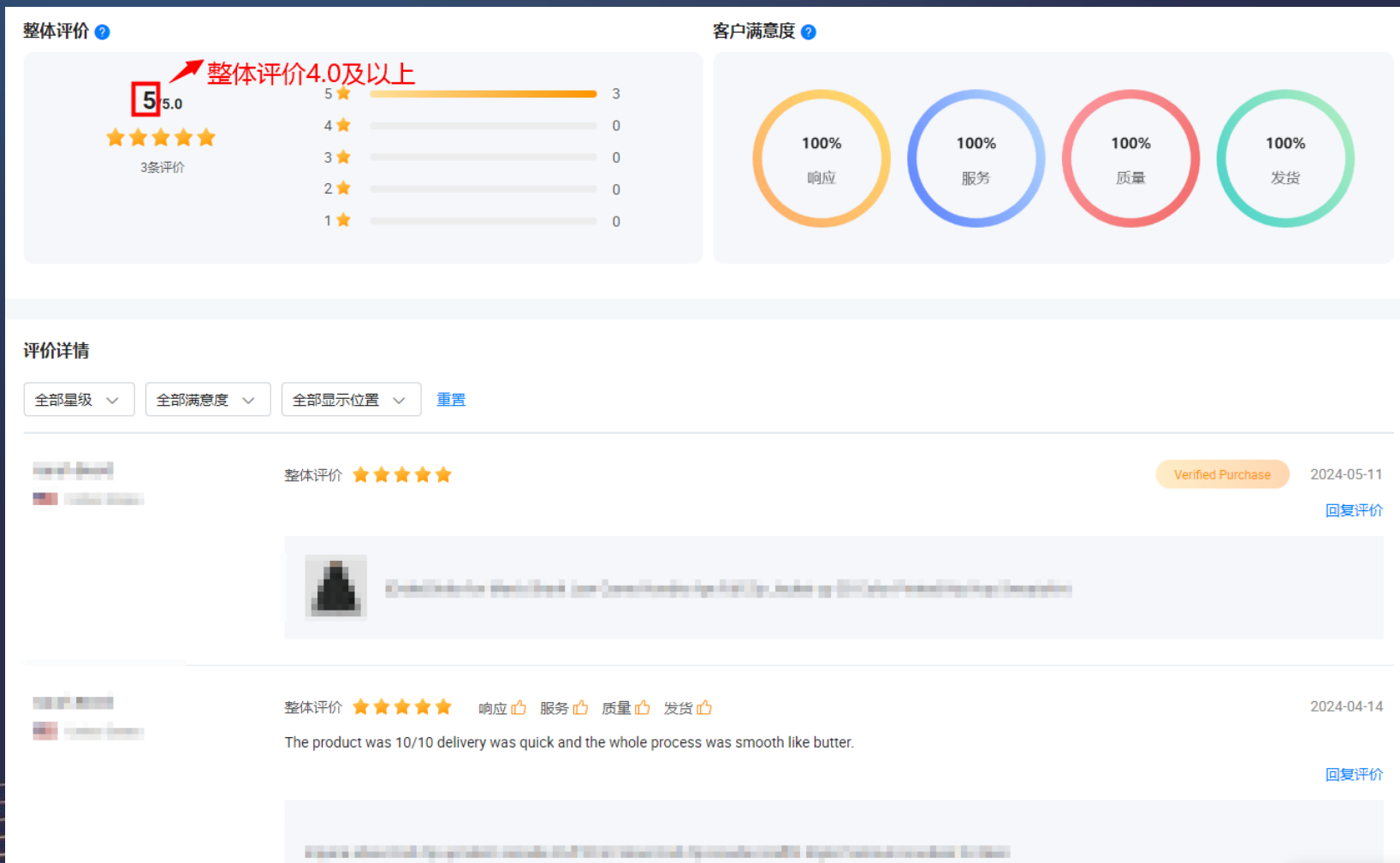
### 不同Ratings商品询盘转化







# 买家评价功能说明



## 买家好评（加分项）：

- 整体评价分需达到4.0及以上
- 图文好评 > 非图文好评



能力指标	一星	三星	五星
及时回复率	90%	100%	100%
平均回复时间	12小时内	6小时内	4小时内
营销指数	40分	60分	80分
自营销次数	2次	4次	5次
活动参与次数 (加分项)	报名参加云展会或专场活动1次	报名参加云展会或专场活动1次	报名参加云展会或专场活动1次
活跃买家访问量	---	同行业中排名在前10%-40%	同行业中排名在前10%-40%
客户转化率	---	同行业中排名在前10%-40%	同行业中排名在前10%-40%
在线交易额 (加分项)	---	近90天在中国制造网使用T/T支付在线交易订单的累计金额及使用GP Pro入账金额总计达1000美金	近90天在中国制造网使用T/T支付在线交易订单的累计金额使用GP Pro入账金额总计达1w美金以上
买家好评 (加分项)	公司整体评价分 $\geq 4.0$ , 近90天内收到2条4星及以上的图文好评	公司整体评价分 $\geq 4.0$ , 近90天内收到2条4星及以上的图文好评	公司整体评价分 $\geq 4.0$ , 近90天内收到2条4星及以上的图文好评



# 05

Part 5

保障力解读



**保障力**涉及**产品健康、账号健康、交易保障、投诉纠纷**四个方向



## 目标



提升商家有效产品比例，促进商机转化



维护知识产权人的合法权益



维护买卖双方平台交易的安全



促进中国制造网的和谐健康发展





# 保障力评定

能力项	能力指标		指标解读
保障力	产品健康	产品通过率	<ul style="list-style-type: none"><li>通过平台审核的产品数量在所有产品中的占比</li></ul>
	账号健康	信息合规	<ul style="list-style-type: none"><li>近180天是否发布禁限售产品及严重程度如何</li></ul>
		行为合规	<ul style="list-style-type: none"><li>近180天内，是否存在违规营销的行为，包括不于对无关RFQ乱报价被冻结、发送垃圾广告询盘/TM消息被举报、被平台禁用交易状态等</li></ul>
		认证类型	<ul style="list-style-type: none"><li>在平台完成审核的情况：</li><li>近3年有实地审核 &gt; 近1年有文件审核 &gt; 未审核</li></ul>
	交易保障	按时发货率	<ul style="list-style-type: none"><li>近90天在线交易的按时发货情况</li></ul>
	投诉纠纷	异常履约	<ul style="list-style-type: none"><li>近180天发生贸易纠纷的情况</li></ul>
知识产权投诉		<ul style="list-style-type: none"><li>近180天发生知识产权投诉的情况</li></ul>	



# 保障力查看

保障力星级：

我的表现、我的得分、行业最高分、更高星级的平均表现、提升攻略、立即提升

产品力	展示力	营销力	保障力		
<b>保障力</b>					
一星 二星 三星 四星 五星					
0 60 70 80 85 90					
统计项 (鼠标悬停统计项查看介绍)		我的表现		我的得分	
<b>产品健康</b>					
产品通过率	-	-	-	攻略	立即提升
<b>账号健康</b>					
信息合规 (近180天)	-	-	-	攻略	立即提升
行为合规 (近180天)	-	-	-	攻略	立即提升
认证类型	-	-	-	攻略	立即提升
<b>交易保障</b>					
按时发货率 (近90天)	-	-	-	攻略	了解详情
<b>投诉纠纷</b>					
异常履约 (近180天)	-	-	-	攻略	立即提升
知识产权投诉 (近180天)	-	-	-	攻略	了解详情



## 技巧1：提升产品通过率

产品发布需符合平台规范，如出现以下情况请尽快处理：

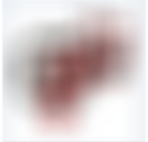
### 产品显示“待修改”

主要原因：

产品图片中含联系方式，涉及敏感信息（如未经授权品牌信息、危化品信息）等

删除 共1条记录

排序: 更新时间: 最新在最前 ▾

<input type="checkbox"/>	产品信息	负责人	添加人 / 日期	最后操作人 / 日期	展示状态 / 操作
<input type="checkbox"/>	 <p>New Style 24 Inch Hot Sale Kids Folding Bike Made in China <b>US \$ 100-120 / 个</b> MOQ: 5 个 产品型号: 16 Inch</p>			2023-03-16	待修改 <span style="color: orange;">!</span>

由于贵司业务范围涉及名牌产品 (XXXX)，请协助提供以下证明：a 该品牌授权证明（复印件）；b 贵司营业执照（复印件，加盖公司公章）至 edit@made-in-china.com，谢谢合作！

### 解决方案：

根据页面提示删除敏感信息或提供相关资质证明



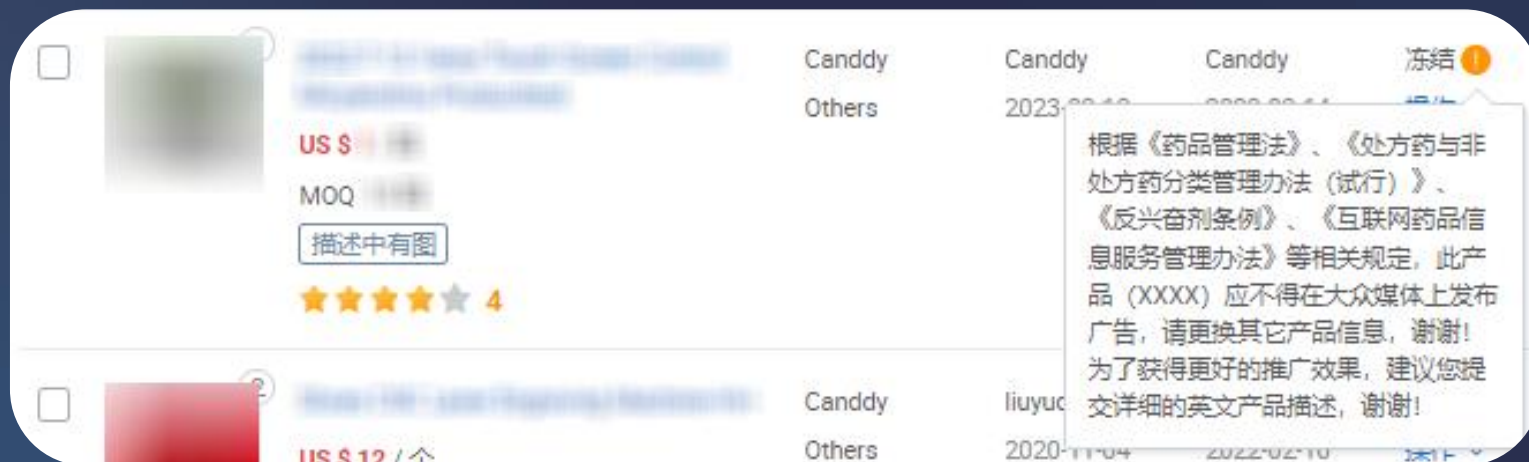
## 技巧2：不违规发布禁限售产品

### 产品显示“冻结”

主要原因：

- 发布禁限售产品
- 存在欺诈行为

.....



### 解决方案：

如果您的产品被冻结，您可以在后台产品>>所有产品>>展示状态“冻结”>>产品右侧橙色感叹号处查看原因。

如有疑问，可邮件发送至jxs@made-in-china.com核实处理；

如确属应冻结产品的范围，后续需注意不要发布此类产品,或按照平台要求提供相关资质证明后方可发布。





## 技巧3：保持行为合规

### 三不要原则

#### 不要出现恶意交易行为

如在线交易中存在虚假交易、洗钱、销售假冒商品、刷单、串通等恶意交易行为，一经发现，将被平台关闭交易服务，并且保障力行为合规指标直接计为0分。

#### 不要报价无关/不匹配RFQ

如供应商报价与买家RFQ中的采购需求不匹配/不相关，报价将有可能被平台冻结，请提供与买家需求相符的报价。

注：如果报价被冻结，接下来的30天内，即便满足报价奖励的其他条件，报价后也无法查看买家邮箱。

#### 不要滥发询盘/TM消息

不要发送垃圾广告、敏感信息、钓鱼等内容给买家。



## 技巧4：进行实地审核，展现企业资质

中国制造网高级会员每个服务期，可享有一次免费的实地审核服务，可自行选择是否行使权益。

实地审核 > 文件审核 > 超期未审核



**建议：**

3年内至少进行一次实地审核



# 技巧5：在线与买家签订单后，在约定发货日期内按时发货

## 1、申请开通在线交易：

主账户登录后台，可以在交易》交易服务中心点击“立即申请开通”

Virtual Office 产品 展示厅 商机 营销 交易 服务市场 国际物流 数据罗盘

在线交易

交易服务中心

STSI订单  
STSI订单管理

交易服务  
Global Pay

在线交易简介 >  
在线交易细则说明 >  
联系我们 >

交易服务中心

一站式跨境收结汇产品  
Global Pay  
收款更安全，更享超低费率！  
立即申请

最低费率

在线交易简介

基于国际B端买家的新趋势，采购精准匹配、交易安全便捷的需求，中国制造网在原有询盘往来贸易场景基础上，新增在线交易业务模式和“Online Trading”频道专区。  
在线交易服务是由中国制造网（Made-in-China.com）为买卖双方提供贸易采购洽谈，线上订单成交的服务。

立即申请开通

资金

查看更多 >

US\$ 0 可用资金

US\$ 0 待入账资金

US\$ 0 保证金

可交易产品

查看更多 >

0 待开通交易

0 审核未通过

0 审核通过

常见问题

查看更多 >

在线交易服务FAQ

在线交易开通说明

贸易工具

**重点：**  
启用在线交易服务  
并按时发货！

扫码查看交易开通说明↓







# 技巧5：在线与买家签订单后，在约定发货日期内按时发货

## 2、在约定发货日期内按时发货

### (1) 涉及订单状态：

已完成、待发货、配送中

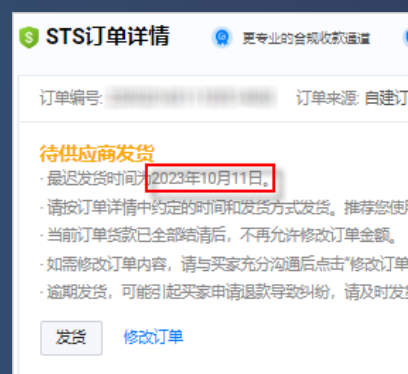
### (2) 什么情况判定为未按时发货？

情况①：

超出订单中的最迟发货时间后，仍未发货

情况②：

供应商虽已发货，但确认发货的日期晚于最迟发货时间（即约定发货日期）



### 如何确认发货？

发货后，在约定发货日期内，尽快在Virtual Office后台>>交易>>交易订单管理>>查看订单页面，点击最上方“发货”，上传发货信息后点“确认”提交。



## 技巧6：规范平台交易行为，避免发生贸易纠纷

### 贸易纠纷是什么？

指买卖双方通过中国制造网国际站结识，发生交易后产生的纠纷、争议以及投诉。

### 贸易纠纷情境：

- (1) 买家投诉卖家未发货；
- (2) 买家投诉其收到货物的数量或质量与约定不符；
- (3) 其他因一方违约给对方造成直接损失的情形。

扫码查看相关说明

贸易纠纷处罚规则	贸易纠纷处理规范
	





# 技巧7：遵守平台知识产权规范，避免被知识产权侵权投诉

## 收到投诉后如何友好解决此投诉？

### 核实侵权信息是否属实

入口：Virtual Office后台>>产品>>知识产权投诉管理>>我收到的投诉>>联系单编号



### 知识产权侵权投诉类型有哪些？

- 商标权侵权投诉
- 专利权侵权投诉
- 著作权侵权投诉
- 图片盗用侵权投诉

### 情况不属实

请在2个工作日内点击“我要申诉”并提供证明材料申诉



### 情况属实

直接点击“接受投诉”（即计为1次有效的知识产权被投诉记录）



### 自查信息

为避免重复被投诉，建议自查后及时修改其他产品，去除他人已注册的商标。



学习入口：外贸e家>>帮助中心>>推广技巧>>供应商星级提升攻略

产品力提升攻略



展示力提升攻略



营销力提升攻略



保障力提升攻略





## 升星训练营



【活动对象】：中国制造网高级会员

【报名时间】：每月中上旬-当月月底

【活动奖励】：完成活动任务，即有机会获得  
行业先锋展位、精品橱窗广告、供应商积分及星级推广专区展位等奖励  
具体奖励请参考每月活动详情。

提醒：金牌会员也可以通过其他指标的提升进行升星！

感谢收看！

