

10
月

全网发布会

国际站最新动态一网打尽

时间安排 10月28日10:00上线 提问收集10月29日截止

- ✔ 商家星等级11月规则升级
- ✔ 评价REVIEWS 规则升级
- ✔ 商品雷达上线知识产权侵权预警
- ✔ 针对买家分层的折扣样品会场上线

最新动态

- 01 ● 商家星等级11月规则升级
平台规则
- 02 ● 商品雷达上线知识产权侵权预警
商品运营
- 03 ● 针对买家分层的折扣样品会场上线
商机获取 营销活动
- 04 ● 评价reviews 规则升级详解
评价运营
- 05 ● 人才招聘小程序全新上线 & 外服市场效率工具速递
人才招聘 运营提效



答疑通道



如对讲解内容有任何疑问，请在**10.29**
(周六) 24:00前扫码反馈，工作
人员将于下周发文解答。



商家星等级11月规则调整

(预计2022年11月11日上线)



目录

分享内容

1. 商家星等级11月规则调整说明
2. 双赛道保障力新增指标“轨迹可视率”详解
3. RTS赛道保障力新增指标“到货保障覆盖率”详解



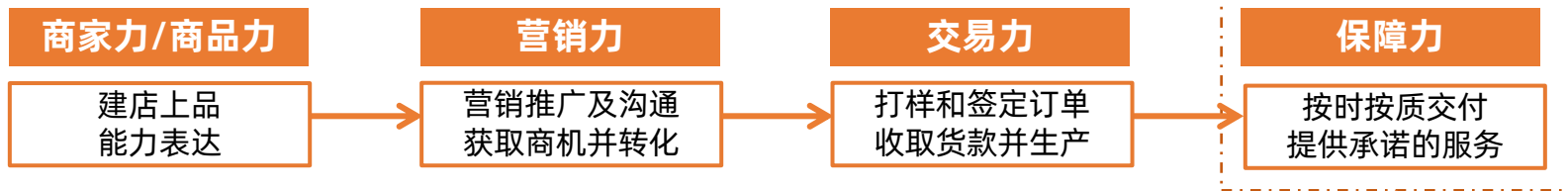
商家星等级11月规则调整——保障力板块新增交付体验指标

以实际上线为准

自2022年11月11日（周五）起商家星等级将在保障力板块新增2类交付体验指标，鼓励商家通过提供高确定性的交付体验吸引高质量买家，获取更多成交机会。

商家星等级
四大能力项

卖家行动



激烈的竞争环境下，高确定性的交付体验是商家吸引高质量买家的重要竞争优势



按时发货率

双赛道新增指标
轨迹可视率

RTS赛道新增指标
到货保障覆盖率

买家评价分

发货时间的确定性

星等级4.0版
买家基础服务门槛
(≥80%)

买家痛点：发货后交付确定性不足

- 无法准确和及时了解货物当前所处位置、运输状态等信息
- 到货时间不确定

产品及服务交付质量确定性

- 产品样式、质量等是否符合描述；
- 是否遵守合同约定；
- 是否提供承诺的服务；
- 服务质量和体验

商家星等级11月规则调整

—保障力板块新增交付体验指标

以实际上线为准

本次更新仅影响商家**2022年11月11日起**展示的**预测星等级**和**12月5日**评定星等级，**不影响11月5日**评定星等级。

定制星等级 (全量商家开启)

商家力	营销力	营销力	保障力	轨迹可视率
本期无调整	本期无调整	本期无调整	按时发货率 风险健康分 买家评价分 轨迹可视率 (本期新增)	当前店铺60天内已发货订单（前15天~前74天），出口方式为便捷发货且运输方式为快递，目的国为核心10国的信用保障订单（排除贸易术语为EXW和FCA的订单）中，物流信息板块中至少有两轨迹的订单数占比。

快速交易 星等级 (有条件开启)

商家力	营销力	营销力	保障力	到货保障覆盖率
本期无调整	本期无调整	本期无调整	按时发货率 风险健康分 买家评价分 轨迹可视率 (本期新增) 到货保障覆盖率 (本期新增)	当前店铺近90天内核心10国的已支付的纯RTS信用保障订单中，到货保障订单的比率。



轨迹可视率-背景介绍

指标设计初衷: 从买家体验出发, 统计快递订单有且有效轨迹, 提升买家对于货物状态跟踪, 物流时效的基础体验, 促进交易, 提升买家留存, 活跃及复购。

买家原声

- *With my most recent order I paid for express shipping (20 dollars) but my package was sent with untrack service. The supplier insists that it has a tracking but I cannot find!*
- *If supplier promises a product to be delivered in 15-20 days, at least provide me a tracking within 10days but not instead of after 20days I could find the first tracking info that show where my product is in my country*

轨迹重要性

国际站买家调研统计显示, 订单有轨迹且轨迹质量高:

- ◆ 货在哪里买家咨询下降24%
- ◆ 运输在途NR纠纷下降12%

什么是好的物流轨迹:

- ① 轨迹及时上网, 订单发货后买家可以及时获取物流状态
- ② 轨迹内容全面, 除预报信息*外, 有真实反映货物实物流的完整轨迹内容

* 轨迹预报信息: 对于多数物流渠道, 首条轨迹多为预报信息, 即物流商收到下单的确认信息, 比如:

UPS: Shipper created a label, UPS has not received the package yet;

Fedex: Shipment information sent to FedEx.



轨迹可视率-指标介绍

以实际上线为准

轨迹可视率定义：当前店铺60天内已发货订单（前15天~前74天），出口方式为便捷发货且运输方式为快递，目的国为核心10国的信用保障订单（排除贸易术语为EXW和FCA的订单）中，物流信息板块中至少有两轨迹的订单数占比。

统计范围	计算公式
60天内 已发货 订单（前15天~前74天），出口方式为 便捷发货且运输方式为快递 ，目的国为 核心10国 的 信用保障订单 （排除贸易术语为EXW和FCA的订单）	$\frac{\text{60天内以快递发货且至少有2条轨迹的订单数}^{\text{前15~前74天}}}{\text{60天内以快递发货的便捷发货订单}^{\text{前15~前74天}}}$ <p>*仅统计发至核心十国的便捷发货（TAD）订单，并排除贸易类型为EXW和FCA的订单</p>

口径详解：

- ① **统计订单状态：**订单状态为【已发货】的订单纳入统计范围
- ② **至少有两轨迹：**多数物流渠道首条轨迹为预报信息，即物流商收到下单的确认信息，从第二条轨迹开始才为真正代表包裹实物流的信息，图例：Fedex订单，第1条：Shipment information sent to FedEx；第2，3，4条轨迹如图所示。
- ③ **前15天~前74天：**为了预留出相对充足的时间抓取轨迹，即从商家上传物流凭证后订单变为【已发货】开始，至少有15天时间承运商处理包裹，轨迹上网。
- ④ **核心十国：**‘英国’，‘美国’，‘加拿大’，‘澳大利亚’，‘新西兰’，‘德国’，‘法国’，‘西班牙’，‘意大利’，‘荷兰’
- ⑤ **轨迹达标统计维度：**信用保障订单每个发货批次的物流单轨迹全部达标，则该信用保障订单判为达标。即若信用保障订单中任一批次物流单轨迹不达标，则该信用保障单判为轨迹不达标。



轨迹可视率-指标介绍

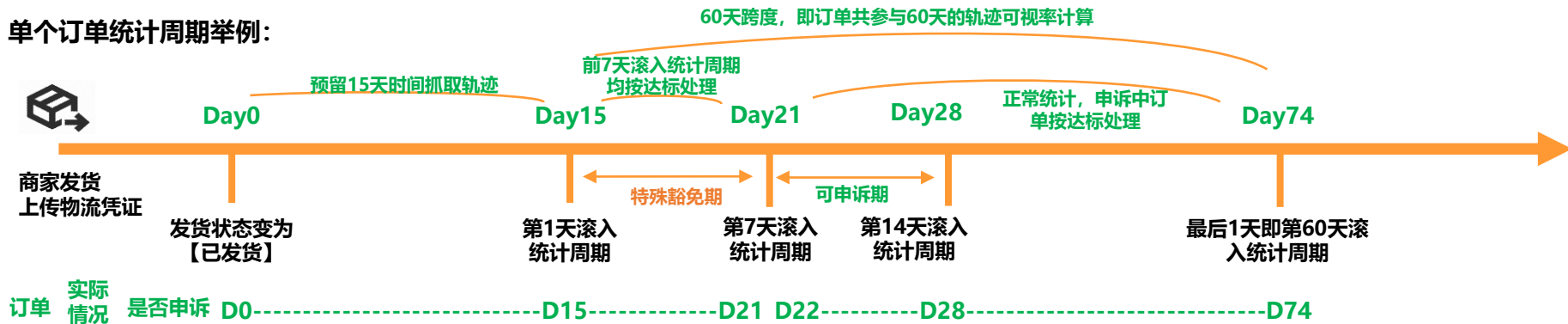
以实际上线为准

特殊计算逻辑:

- ① **特殊豁免期:** 60天周期内最新7天订单全部按达标计入当天轨迹可视率，商家后台展示亦为轨迹达标。
- ② **可申诉期:** 订单在可申诉期内按实际情况展示达标或不达标，按实际情况计入轨迹可视率
- ③ **申诉中订单:** 发起申诉后，订单在申诉中的状态尚未完成审核，则该订单按达标计入当天轨迹可视率，商家后台在审核完成前仍按不达标展示

指标首次上线特殊豁免: 考虑首次上线对过往订单的影响，对发货日期在10月5号及以前的订单全部豁免按达标处理

单个订单统计周期举例:



订单示例

订单	实际情况	是否申诉	D0-----D15-----	D21	D22-----D28-----	D74
A	有轨迹	不申诉	不统计	展示'有轨迹'	按实际情况展示'有轨迹'	有轨迹
B	无轨迹	不申诉	不统计	展示'有轨迹'	按实际情况展示'无轨迹'	无轨迹
C	无轨迹	申诉	不统计	展示'有轨迹'	按实际情况展示'无轨迹' 商家有7天时间申诉	按审核后结果统计&展示, 申诉中则统计为有轨迹

轨迹可视率-指标介绍

以实际上线为准

我的订单

仅看物流轨迹不可追踪的订单

信保订单号	目的国	贸易方式	物流方式	订单类型	发货时间	物流是否可追踪 [Ⓞ]	操作
9003560501015804	美国	DAP	快递	便捷发货	2022-09-08 00:00:00	是	查看追踪详情
130266163501025804	美国	DAP	快递	便捷发货	2022-09-08 00:00:00	是	查看追踪详情
130274363501026709	美国	DAP	快递	便捷发货	2022-09-08 00:00:00	是	查看追踪详情

统计周期内订单范围举例：2天数据延迟，商家在2022.11.08看到的是2022.11.06的轨迹可视率，统计周期为订单发货时间在8月24号-10月22号内的订单。



轨迹可视率-查询路径

星等级保障力→轨迹可视率→商家物流表现

以实际上线为准

商家成长

商家星等级

成长指引

商家成长

商家学习

外贸云课堂

商家星等级

商家星等级是评估国际站商家服务买家能力的分层体系，星等级分5个等级，对应1-5星，每月5日评定更新一次，当月可享受对应星级权益。详细介绍

1. 【20220825-星等级9月变化提醒】各位商家朋友，商家星等级延续5.0基本框架，预计于2022年9月6日（周二）起，对部分规则优化调整，请及时关注。点击查看详情。

评定星等级 **4星** ★★★★☆

二级类目：农业机械与设备
每月5号9点更新 详细介绍

专享权益

- 生意贷款利率优惠
- 超级星厂牌报名
- 线上展会报名准入
- 网商贷款利率优惠
- 金融活动优先参与
- Weekly Deals
- 搜索排序
- 行业活动报名准入
- 线上专属客服
- 尊享全部

定制 快速交易

预测星级 **0星** ☆☆☆☆☆ 数据统计时间：2022-09-26 [星等级指标说明](#)

⚠️ 应发订单数745单 (≥11单)，按时发货率<80%，不符合星级要求

整体表现

商家力 0星

营销力 0星

交易力 0星

保障力 0星

保障力表现 1星 2星 3星 4星 5星

近30天趋势 2022-08-26至2022-09-26

59分

分项统计 我的表现 1星平均

指标	我的表现	1星平均
风险健康分	60分	97.6分
按时发货率	31.81%	45.05%
买家评价分	4.4分	0.9分
轨迹可视率	100%	3.4%
到货保障覆盖率	100%	3.4%

保障力未达到下一星级要求，风险健康分、按时发货率等项偏低，请重点优化。请关注履约确定买家全程保持沟通，关注买家评价，避免线上发生违规扣分、异常履约等情况。

Step1

点击星等级页面对应指标数值，可由商家星等级页跳转到商家物流表现详情页

*设计稿，以实际商家后台展示为准

全网发布会

轨迹可视率-查询路径

星等级保障力→轨迹可视率→商家物流表现

以实际上线为准

Step2

当日轨迹可视率，率值永远为最新，不随【统计日期】筛选而变动

商家物流表现

轨迹可视率 交期确定性

当前页面内各项数据存在两天延迟。当前展示T-2（前天）的物流表现等情况，对应发货时间在 2022-08-08 - 2022-10-06 的质保订单，数据每日6点前更新。

统计60个自然日内（前74天至前15天），当前店铺，出口方式为便捷发货，运输方式为快递，目的地为核心10国的质保订单（排除贸易术语为EXW/RFCFA的订单）中，物流信息板块中至少有两条或以上轨迹的订单的占比。

快速轨迹可视率 100%

物流规则中心

- 轨迹可视率指标介绍 [查看详情](#)
- 轨迹可视率提升攻略 [查看详情](#)
- 轨迹可视率申诉指引 [查看详情](#)

我的订单

当前页面展示为【统计日期】对应销量星等级范围内的订单物流信息。您可以通过快速不同日期查看最近一个月内每日销量星等级对应的质保订单。

搜索订单编号

统计日期 2022-10-19 对应考核范围为发货日期在 2022-08-06至 2022-10-04 之间的订单 [查看对应统计周期](#)

仅看物流轨迹不可追踪的订单

质保订单号	目的地	出口方式	物流方式	发货方式	发货时间	物流是否可追踪	操作
153408703501026709	United States	便捷发货	快递	DDP	2022-09-26	是	查看追踪详情
153408703501026709	United States	便捷发货	快递	DDP	2022-09-26	否	发起申诉 查看追踪详情
153408703501026709	United States	便捷发货	快递	DDP	2022-09-26	是	查看追踪详情
153408703501026709	United States	便捷发货	快递	DDP	2022-09-26	是	查看追踪详情

可查看近1个月内每日的预测星等级订单明细

订单轨迹不达标，可在首次披露7日内，在信用保障订单维度发起申诉

Step3

点击查看订单详情，多批次发货订单展示全部物流单轨迹情况

跳转至订单详情页查看轨迹内容

查看追踪详情

质保订单编号 153408703501026709 目的地 United States 创建时间 2022-07-09 发货时间 2022-08-09

物流单号	承运商	物流方式	上传时间	物流是否可追踪	操作
UPS129302	UPS	快递	2022-07-09	是	
UPS129302	UPS	快递	2022-07-09	否	发起申诉
UPS129302	UPS	快递	2022-07-09	否	发起申诉
UPS129302	UPS	快递	2022-07-09	是	
UPS129302	UPS	快递	2022-07-09	是	

[确定](#)

*设计稿，以实际商家后台展示为准

轨迹可视率-查询路径

从星等级页查看订单轨迹详情：星等级轨迹可视率→商家物流表现→查看订单→查看更多

以实际上线为准

查看追踪详情

信保订单编号: 53408703501026709
创建时间: 2022-07-09

目的国: United States
发货时间: 2022-08-09

物流单号	承运商	物流方式	上传时间	物流是否可追踪	操作
UPS129302	UPS	快递	2022-07-09	是	
UPS129302	UPS	快递	2022-07-09	否	发起申诉
UPS129302	UPS	快递	2022-07-09	否	发起申诉
UPS129302	UPS	快递	2022-07-09	是	
UPS129302	UPS	快递	2022-07-09	是	

确定

承接上页
Step4

跳转至订单详情页
页查看轨迹内容

发货信息

发货管理

待发货 已发货 已确认收货

实际发货日期: 2022-03-10 02:15:00
约定发货日期: 2022-03-10 02:15:00

出口与运输方式: 便捷发货 快递

最新物流: WEST LOS ANGELES,US Delivered
2022-03-10 02:15:00

Step5 查看更多

点击“查看更多”
进入轨迹详情页面

物流信息

承运商: 单号: 下载

物流跟踪数据来源自: TRACK

- LANTAU ISLAND, HK In transit
2022-10-24 22:06:00
- TSUEN WAN, HK Picked up, Package received after FedEx cutoff
2022-10-24 21:53:00
- TSUEN WAN, HK Left FedEx origin facility
2022-10-24 18:45:00
- Shipment information sent to FedEx
2022-10-22 01:08:00

发货管理

待发货 已确认收货

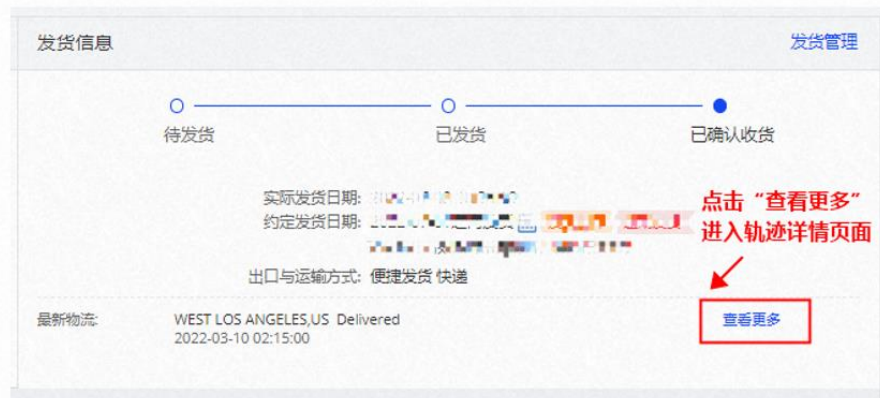
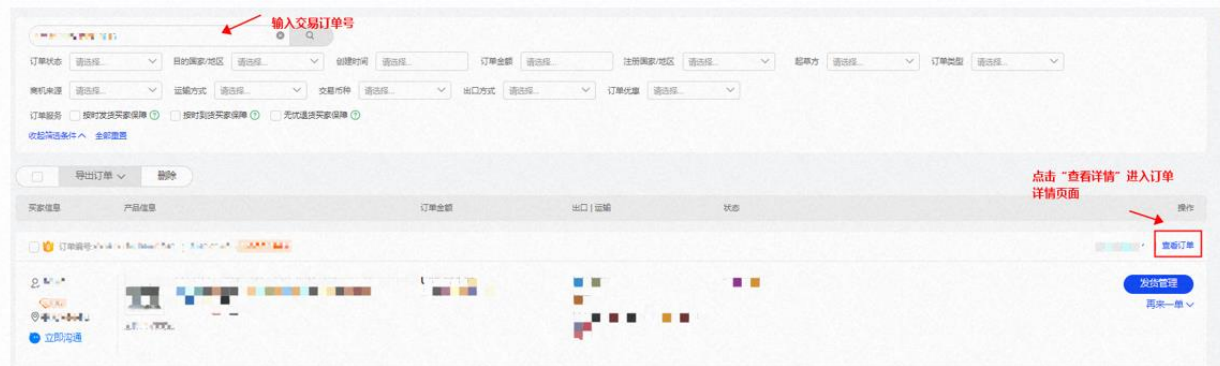
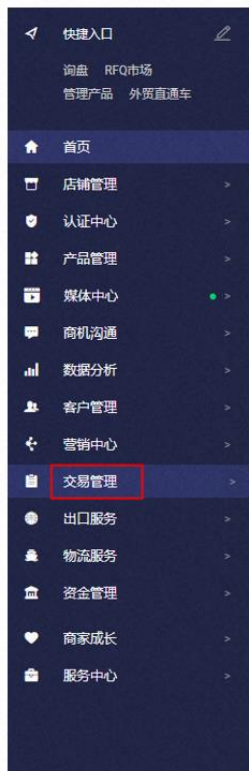
查看更多

*设计稿，以实际商家后台展示为准

轨迹可视率-查询路径

单个订单轨迹详情：交易管理→所有订单→输入交易单号→查看订单→查看更多

以实际上线为准



*设计稿，以实际商家后台展示为准

轨迹可视率-申诉指引

以实际上线为准

申诉说明:

- ① 对系统判定轨迹达标情况有异议，可以发起线上申诉。发起线上申诉窗口期为订单首次披露后的7天内（含首次披露当天），超过首次披露7天后线上申诉入口即关闭置灰，请您关注订单情况并及时发起申诉。
- ② 除国际站本身获取的轨迹外，平台亦认可‘17track’或‘快递100’的轨迹内容。17track及快递100已对接市面上绝大多数的物流渠道（分别对接1300+和1400+国内国际快递）。如果您的订单在17track或快递100上可以查到有效轨迹，可通过申诉通道发起申诉。17track官网：<https://www.17track.net/zh-cn>；快递100官网：<https://www.kuaidi100.com/>



特别留意: 以下两种情况如导致轨迹不达标将无法申诉成功

- ① 国际站商家后台, 17track, 快递100官网均未能获取该渠道轨迹
- ② 在交易订单中操作发货提交物流凭证时, 未选择正确的物流承运商或者未填写正确的物流单号导致无法获取轨迹 (您可以及时重新上传物流凭证, 平台会重新抓取轨迹)

轨迹可视率-申诉指引

以实际上线为准

申诉类型	场景描述	申诉材料	判断规则	判责结果	备注/释义
商家后台有轨迹但订单仍被判定轨迹不达标	商家MA后台能查到订单有两条轨迹，但在轨迹率统计页看到信用保障订单被打标轨迹不达标	信用保障单号，物流单号，MA后台轨迹截图	判断申诉的物流单是否有两条及以上轨迹： ① 查询MA后台轨迹详情页达标	物流单有至少2条轨迹，申诉通过，否则驳回，即不通过。	商家MA后台物流轨迹详情查询路径：My Alibaba -> 订单管理 -> 订单详情（发货信息模块点击“查看更多”）
	商家MA后台只有一条轨迹，但此条轨迹为非预报信息轨迹	信用保障单号，物流单号，MA后台轨迹截图	判断申诉的物流单第1条轨迹是否是预报信息，快递服务商常见预报信息举例如下： 1) <u>UPS</u> : Shipper created a label, UPS has not received the package yet. 2) <u>Fedex</u> : Shipment information sent to FedEx 3) <u>Aramax</u> : Record created. 4) <u>FOURPX</u> : Parcel information received 5) <u>USPS</u> : Pre-Shipment Info Sent to USPS, USPS Awaiting Item / Picked Up by Shipping Partner, USPS Awaiting Item	第一条轨迹非预报信息，申诉通过，否则驳回，即不通过。	由于物流服务商原因导致订单只有一条轨迹，且此轨迹非预报信息，而是一条能真实反映包裹实际物流状态的轨迹，认定此类情况非商家责任，订单轨迹达标。 示例： 
商家后台没有轨迹但17track或快递100上有轨迹	商家MA后台无轨迹，但物流单在17track/快递100中查询到有至少两条轨迹或有至少一条非预报信息轨迹	信用保障单号，物流单号，MA后台轨迹截图	判断申诉的物流单是否有两条及以上轨迹或至少有一条非预报信息的轨迹： ① 查询17track/快递100	物流单有至少2条轨迹或1条非预报信息轨迹，申诉通过，否则驳回，即不通过。	订单能在17track/快递100查到有效轨迹，平台亦承认其轨迹达标

轨迹可视率-指标优化建议&商家行动点

以实际上线为准

一、轨迹可视率的影响

- 1) **影响买家体验**：买家长时间看不到物流轨迹，体验差，怀疑履约真实性，对留存，复购都有负面影响。
- 2) **影响星等级**：为避免订单影响您的商家星等级评定，请您关注每日轨迹可视率的表现及趋势，并在不达标订单的申诉窗口期内提交申诉。
- 3) **影响平台其他相关活动或权益**：请关注具体活动或权益的相关规则。

二、轨迹可视率的优化建议

1) **使用市场中更优质的物流承运渠道发货**：建议您使用市场中主流优质的物流承运渠道发货，避免使用不知名小货代的物流渠道，您也可以提前在17track或快递100中查询选用的物流渠道是否已与二者对接，若为已对接的渠道，通常情况下可获取到轨迹信息。

2) **发货时确保提交正确的物流发货凭证**：如果您使用的是自有物流发货，在提交物流凭证时，请您确保选择正确【物流承运商】及正确的【物流单号】，以便顺利获取轨迹信息（尽量避免使用“物流不可追踪”类承运商）。

3) **使用平台官方物流渠道即阿里物流发货**：当前阿里物流渠道的轨迹可视率接近100%，建议您尝试使用阿里物流发货，可有效提升轨迹可视率。

提交物流凭证

请上传真实、清晰的物流凭证，并提交物流单号（了解**快递**、**空运**和**海运**的填写规范），系统将根据单号获取物流跟踪信息。请务必确保物流发货凭证的真实及有效性，否则平台将按照【[阿里巴巴国际站交易违规处罚规则](#)】中第8条“提供虚假凭证”给予相应违规处罚。

* 运输方式：

* 物流承运商：

* 物流单号：

* 物流凭证（运单）：

- ABX Express
- ACS
- 非洲专线 物流不可追踪
- 鼎博
- ALLJOY
- Alpha SC

1.统计周期为何留出15天时间差，即从当前日期前推15天，再统计更前面60天的订单？

答：上传物流凭证后，物流承运商操作货物轨迹上网，及平台获取轨迹都需要一定时间，预留15天是相对充足的一个缓冲时间。

2.为何排除贸易类型为EXW和FCA的订单？

答：本次统计范围为货运跨境运输的订单，目的地为国内的订单暂不统计。

3.为何使用了在17track或快递100查不到轨迹的渠道发货，会被判定为轨迹不达标？

答：17track及快递100均为市场头部快递轨迹数据集成商，分别对接了1300+和1400+家国内国际快递，国际站亦会认可能够在这两个平台上查到轨迹的订单。如果使用发货渠道的轨迹无法被平台获取，也无法在这两个轨迹平台查出，则会认为轨迹不达标，无法满足买家对物流可视体验。建议您使用高质量，和17track或快递100有对接的主流物流商的渠道进行发货，或使用阿里物流进行发货。

4.对多批次发货的申诉该如何申诉？

答：信用保障订单多批次发货的订单，支持按订单下轨迹不达标的物流单的维度进行申诉。



5.对没有统计范围内订单的商家，如何打分？

答：如果您在当日星等级统计周期内没有符合统计范围的订单，轨迹可视率得分项为满分。

6.如果未在申诉窗口期提交申诉怎么办？

答：申诉窗口期为数据披露后7天内有效，请您务必在申诉窗口期完成申诉提交，超过申诉窗口期，平台不再接受申诉，页面申诉入口将置灰。

7.申诉状态一直显示“申诉中”怎么办？

答：申诉提交后，平台会在7个自然日内受理并完成申诉处理，请您耐心等待。

8.提交申诉时未正确提供全部材料怎么办？

答：为加快处理进度，请您务必在首次提交申诉时确保申诉凭证的正确性及完整性，如平台在受理过程中发现申诉材料不完整，申诉可能被驳回或要求您补充，请您及时关注申诉状态。

9.主账号子账号的查看区别？

答：主账号下商家可以看下所有统计范围内的订单明细。子账号下商家只能看到归属子账号下在统计范围内的订单明细。



商家星等级-到货保障覆盖率

(预计2022年11月11日上线)



到货保障覆盖率

以实际上线为准

面对全球疫情反复、运力仍具不确定性的当下，海外买家更青睐能提供端到端确定性服务的商家。阿里巴巴国际站推出“保障升级服务”，为商家提供彰显其确定性能力的方式，帮助可在确定时效内到货的商品从海量的商品中脱颖而出。

搜索页

Custom european fashion jeans female denim pants 3 color women high waist skinny jeans
Ready to Ship High Waist Casual Full Length
\$15.00
+\$12.49 (Shipping)
2 Pieces (Min. Order)
Delivery by 5/24
4.7 (27) "Fantastic service"
Contact Supplier Chat Now Compare

下单页

Service provider: Air Charter Express (SEW)
Shipping method: AIR FREIGHT
Insurance: 0% (Defaulted at Place)
Guaranteed delivery by 5/24
Payment: USD 24.98
On-time Delivery Guarantee
Pay now and get them before 5/24.

商详页

TOP 3 MARKETS: Western Europe, North America, South America
Ready to Ship 10-450 Pieces \$16.00 \$15.00
2-9 Pieces \$24.00
Size: 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34
Color: Blue, Black, Lightblue
Lead Time: 5-15-30 days
On-time Delivery Guarantee
Trade Assurance
On-time Delivery Guarantee
Refund Policy

到货保障服务：平台为RTS品延伸保障升级服务，在满足条件的情况下（使用平台保障线路到对应169个国家）将服务升级为“到货保障服务”，为您的买家提供支付到签收的物流时效确定性，并承担由平台保障线路晚到货所造成的赔付

到货保障覆盖率 - 商家加入保障升级服务的权益

以实际上线为准



权益一 特殊保障标识

平台为满足到货保障条件的商品提供特殊保障标识，进行全网透传；并且不定期为此类商品提供专属营销活动场景，包括但不限于大促活动会场、专区，平日节庆会场、国家定招、日常到货保障top-ranking榜单；



权益二 逾期暂停扣分

商家加入服务期间内的逾期发货订单，暂不根据阿里巴巴国际站交易违规处罚规则等相关规则进行扣分（逾期行为仍纳入按时发货率统计）；



权益三 开启“快速交易星等级”

商家加入“保障升级服务”且支持7天及以内发货的RTS商品总数 ≥ 100 个，即可开启快速交易星等级的评定，实现对商家多元化评级；



到货保障覆盖率-评分标准

以实际上线为准

到货保障覆盖率定义：商家当前店铺近90天内核心10国的已支付的纯RTS信用保障订单中，到货保障订单的比率。

统计范围	计算公式
90天内已支付的，目的国为核心10国的纯RTS信用保障订单	$\frac{\text{近90天核心10国的到货保障订单量}}{\text{近90天核心10国的纯RTS订单量}}$ <p>*纯RTS信用保障订单：信用保障订单在支付时商品全部为RTS品 *核心10国：美国、英国、加拿大、澳大利亚、新西兰、德国、法国、西班牙、意大利、荷兰</p>

指标口径：

① 近90天内



② 核心10国



③ 已支付的纯RTS信用保障订单

查询订单路径：

商家My Alibaba后台-交易管理-查看订单

可见订单支付标识&到货保障标识



④ 到货保障订单

快速交易星等级保障力计分特殊处理：

- 1) 如果商家当前店铺未加入保障升级服务，则到货保障覆盖率为0%；
- 2) 为鼓励起步商家逐步提升，如商家当前店铺近90天内核心10国的已支付的纯RTS订单小于等于10单时，则展示真实覆盖率值，但评分时默认达标。

注：随着业务发展，以上规则如有调整，以实际线上标准为准，请关注商家后台通知。

到货保障覆盖率-查询路径

预计11月11日上线，具体以实际为准

• 如何查询得分与订单明细

①【My Alibaba - 商家成长 - 商家星等级 - 快速交易 - 保障力 - 到货保障覆盖率】



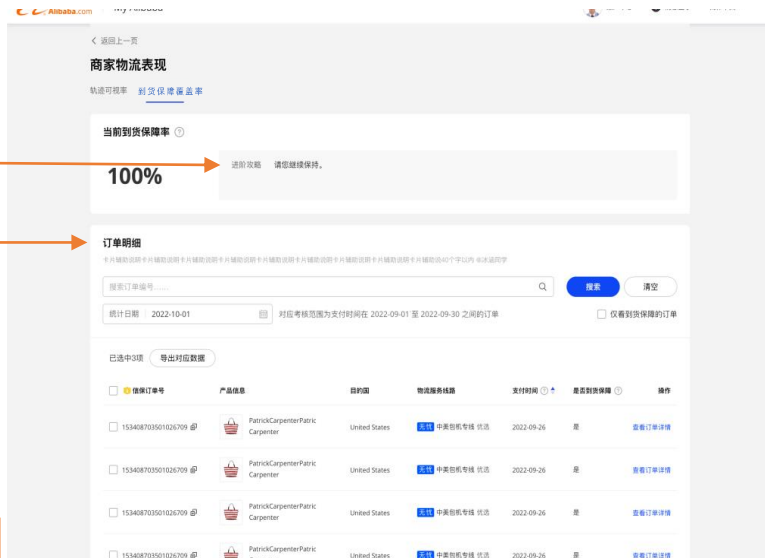
进阶攻略

订单明细

快速交易

到货保障覆盖率

②点击到货保障覆盖率数值 - 【商家物流表现：查看进阶攻略与订单明细】



注：此处为设计稿，请以实际商家后台展示为准

到货保障覆盖率-查询路径

预计11月11日上线，具体以实际为准

进阶攻略 - 了解如何快速提升到货保障覆盖率

①如果商家当前店铺未开通保障升级服务：直接点击“去开通”加入保障升级服务

到货保障覆盖率 

0%

进阶攻略 您暂未开通保障升级服务，评分不达标

[点我->去开通](#) [\(查看操作指引\)](#)

②如果商家当前店铺到货保障覆盖率不高：优化运费模版配置，增加到货保障订单

到货保障覆盖率 

10%

进阶攻略 如何提升到货保障覆盖率？

- ① [优化运费模版到货保障10国配置](#) [\(查看操作指引\)](#)
- ② [起草到货保障订单](#) [\(查看操作指引\)](#)

③如果商家当前店铺近90天核心10国纯RTS订单量不超过10单，此项评分默认达标

到货保障覆盖率 

10%

进阶攻略 您当前店铺近90天核心10国纯RTS订单量不超过10单，此项评分默认达标。

请您持续关注到货保障覆盖率。

注：此处为设计稿，请以实际商家后台展示为准



到货保障覆盖率-商家行动点①

预计11月11日上线，具体以实际为准

①加入到货保障：【My Alibaba后台—交易管理—交易服务准入—加入“保障升级服务”】—确认加入

The screenshot displays the My Alibaba merchant dashboard. On the left is a navigation menu with '交易服务准入' (Transaction Service Access) highlighted. The main content area shows the '交易服务中心' (Transaction Service Center) with a '保障升级服务' (Guaranteed Upgrade Service) section. A blue button labeled '加入保障升级服务' (Join Guaranteed Upgrade Service) is highlighted with an orange box and an arrow. To the right, a modal window titled '保障升级服务' is open, showing a '2021年国际站“保障升级服务”商家招募' (2021 International Station 'Guaranteed Upgrade Service' Merchant Recruitment) notice. A blue button labeled '确认加入' (Confirm Join) is highlighted with an orange box and an arrow. The modal also lists merchant benefits such as '专属标识' (Exclusive Identifier) and '暂停扣分' (Suspend Deduction Points).

注：商家加入需同时满足以下2个条件：

- 1) 中国大陆出口通、全球宝或金品诚企会员服务中用户；
- 2) 商家报名账号已准入信用保障且服务未中止或终止；

到货保障覆盖率-商家行动点②

预计11月11日上线，具体以实际为准

②**运费模板配齐核心10国**：美国、加拿大、英国、澳大利亚、新西兰、德国、法国、西班牙、意大利、荷兰

操作路径：新建 / 已有模板修改配置

- 1) 【My Alibaba后台—交易管理—运费模板—点击新建模板 / 点击已有模板，进行修改】
- 2) 【当界面右侧出现”到货保障核心10国未配置齐全” — “优化” — “一键修改”，点击提交】



优化



一键修改

到货保障覆盖率-商家行动点③

预计11月11日上线，具体以实际为准

③商家起草到货保障订单：【My Alibaba后台—交易管理—起草信用保障订单】

注意：① Step3 - 订单所选商品全部为RTS品；② Step6-物流服务选择带有绿色“承诺到货日期”字样

Step1 结算方式：选择汇款/信用卡/电子支付

● 汇款/信用卡/电子支付 ?

交易设置

结算方式

● 汇款/信用卡/电子支付 ?

○ L/C ?

○ OA赊销 ?

交易币种

● USD - 美元

○ CNY - 人民币

Step2 买家收货信息填写

买家信息

买家信息

邮箱

名字

姓氏

请输入

请输入

请输入

收货地址

+ 添加地址

Step3 RTS商品选择并确认

Ready to Ship

选择产品

添加合同

选择国家

China

产品信息

产品图片

产品规格

产品规格

产品规格

产品规格

产品规格

产品规格

产品规格

产品规格

产品规格

产品规格

数量	单位	单价	商品总价
2	Bag	USD 33.84	USD 68.68
33	Acres	USD 23.33	USD 769.89

添加产品

上传文件 (最多上传5个附件)

产品总价: USD 838.57



到货保障覆盖率-商家行动点③

预计11月11日上线，具体以实际为准

接上页，商家起草到货保障订单

Step4 运输方式选择：“快递”或“邮政”

快递 邮政

Step5 发货日期选择与填写

请输入 个自然日内发货

Step6 选择物流服务商：
带有绿色“承诺到货日期”字样
(可在RTS品对应的运费模板中配置)

Step7 运费：系统自动算出，支持改

Step8 其他项请根据实际情况填写，
提交订单

运输信息 贸易涉及到的相关运输条款，为方便您后续的报关、运输、清关等，请务必如实填写

运输方式 快递 海运 空运 陆运 邮政

发货日期 预付款到账后发货 尾款到账后发货 指定发货日期(美国西部时间)

到账后 个自然日内发货

您已加入保键升级服务，请务必按时发货，否则将会产生

服务提供商 无忧UPS Expedited (原名: UPS Expedited)
① 订单中所选商品为RTS商品，您需要选择对应运费

贸易术语 EXW FCA FAS FOB CFR

您要把货物运送到买方指定的进口国目的地，并
手续，并支付关税。原使用DDU条款的，建议选择

无忧ARAMEX (原名: Aramex) Alibaba.com Logistics	Free shipping DAP	不晚于6/7 承诺到货日期
自有物流 3 (UPS)	USD 3.00 DAP	不晚于6/2 承诺到货日期
自有物流 1 (DHL)	USD 3.00 DAP	不晚于5/31 承诺到货日期
自有物流 2 (FedEx)	USD 24.00 DAP	不晚于6/2 承诺到货日期
自有物流 4	USD 100.00 DAP	5/31-6/8 预计到货日期
✓ 无忧UPS Expedited (原名: UPS Expedited) Alibaba.com Logistics	USD 119.03 DAP	不晚于5/31 承诺到货日期
无忧HK DHL (原名: HK DHL) Alibaba.com Logistics	USD 153.36 DAP	不晚于5/30 承诺到货日期
无忧FedEx IP (原名: FedEx IP) Alibaba.com Logistics	USD 169.03 DAP	5/26-5/31 预计到货日期

货车装载 出口报关 运至出口港 出口清脚货 出口港装载 运至港口 保险 进口港卸货 进口港装载 运至目的地 进口清关 进口关税

卖家 双方协商 卖家 买家

贸易术语解释

运费 USD 52.76

到货保障覆盖率-FAQ

预计11月11日上线，具体以实际为准

1. 商家有哪些订单会进行“到货保障覆盖率”评分？

答：商家当前店铺近90天内核心10国的已支付的纯RTS信用保障订单中，到货保障订单的比率。其中，纯RTS信用保障订单为信用保障订单在支付时商品全为RTS品；核心10国为美国、英国、加拿大、澳大利亚、新西兰、德国、法国、西班牙、意大利、荷兰；

2. 商家加入“保障升级服务”，如果逾期发货就需要赔付吗？

答：不是的，仅在因逾期发货造成逾期到货情况下，当买家发起逾期赔付申请，且买家使用了平台赔付的优惠券后，才会被平台要求赔付（赔付标准为信用保障订单金额的10%，不超过100美金）。此外，针对买家直接下单的到货保障订单，因新冠疫情等不可抗力而造成逾期发货的，平台可豁免商家的赔付责任（商家可提供相关证明资料）。具体赔付记录可见：【My Alibaba后台—资金管理—资金对账】

3. 加入“保障升级服务”之后可以退出吗？

答：承担保障起之后的第30天，可以退出，退出后的30天内不能再加入。

到货保障覆盖率-FAQ

预计11月11日上线，具体以实际为准

4. 加入“保障升级服务”为何要为RTS商品配置可保障的物流线路？

答：平台为加入“保障升级服务”商家延伸保障范围：基于RTS商品，在满足条件的情况下（使用平台保障线路到对应169个国家）将服务升级为“到货保障服务”，为您的买家提供支付到签收端到端的物流时效确定性，并承担由平台保障线路晚到货所造成的赔付。也就是说，为RTS商品配置可保障的物流线路才能享有到货保障服务，服务中商家只需按时发货，若逾期到货，由平台进行体验赔付。因此，我们建议商家您根据RTS商品的类别，配置可承运的保障物流线路。

5. 卖家起草的RTS订单，什么情况下，可以是“到货保障”订单？

答：卖家需加入保障升级服务，订单中所有商品均为RTS商品，结算方式汇款/信用卡/电子支付，运输方式为快递/邮政，选择支持到货保障的物流服务商（选择时可见“承诺到货日期不晚于MM/DD”字样），出口方式为自营出口或便捷发货。

了解更多



【**轨迹可视率**】&【**到货保障覆盖率**】的学习，也可访问此公开语雀文档



如对讲解内容有疑问，请在**10.29**
(周六) 24:00前扫码反馈，工作人员将于下周发文解答。



知产商品雷达产品上线

知产侵权商品预警整改任务定期推送



知产商品雷达产品上线

预计10月25日正式上线，具体以实际为准

- 商品雷达主要适用于平台利用**系统识别能力**前置化为卖家发现店铺中**线上存在的疑似不合规商品**，同时提供**一定期限给商家去排查整改违规商品（或补充相应商品合规资质证明）**，减少直接处置给卖家带来的经营影响，提升客户体验。



产品路径/位置

MA后台→产品管理→商品雷达

商品雷达产品使用说明

扫描结果

风控处罚问题	物流问题	服务问题	价格问题	其他问题产品	其他问题产品
完成整改品 416	合理品 213	合理品 213	合理品 213	合理品 213	合理品
问题品 66580	问题品 6658	问题品 6658	问题品 6658	问题品 6658	问题品

风控处罚问题

疑似知识产权侵权 (65)

疑似知识产权侵权商品会有7天内整改期限，到期未整改会进行下架处理（[查看风险说明](#)）；若存在以下侵权商品要求的资质证书，请点击上传，预计24h后返回资质审核结果，可刷新页面更新

产品分层 负责人 [查看该记录](#)

问题产品	负责人	问题明细	操作
	Jimmy	疑似知识产权侵权 疑似商标侵权，该商品涉嫌侵犯“LV”商标侵权	7天后将被下架并扣分 编辑商品 申诉
	Jimmy	疑似知识产权侵权 疑似专利侵权，改商品涉嫌侵犯“AirPods Case”专利权	7天后将被下架并扣分 编辑商品 申诉

待整改任务数量

上传知识产权资质备案

查看知识产权规则说明

获知具体知产侵权原因

编辑商品进行整改

申诉（限1次/任务）

商品雷达任务--整改动作

编辑商品后

商品审核中

Joyhome 2017 Franch New Design...
潜力产品 | ID:12131231231312qhwed Jimmy 疑似知识产权侵权 疑似商标侵权。该商品涉嫌侵犯“LV”商标侵权

7天后将被下架并扣分

编辑商品 申诉

审核中, 请等待

商品审核失败, 问题明细中增加审核失败的问题明细

Joyhome 2017 Franch New Design...
潜力产品 | ID:12131231231312qhwed Jimmy 疑似知识产权侵权 疑似商标侵权。该商品涉嫌侵犯“LV”商标侵权

7天后将被下架并扣分

编辑商品 申诉

审核不通过 查看原因

时间已结束, 但是商品仍处在审核中

Joyhome 2017 Franch New Design...
潜力产品 | ID:12131231231312qhwed Jimmy 疑似知识产权侵权 疑似商标侵权。该商品涉嫌侵犯“LV”商标侵权

0天后将被下架并扣分

编辑商品 申诉

商品审核中, 请等待

客户整改-> **编辑商品**, 进入商品新发/变更链路, 平台审核判断后返回审核结果, **整改成功/删除/下架商品**均视为整改成功, 雷达任务退出

客户整改-> **提交资质**, **资质审核通过**视为整改成功, 对应商品列表将退出雷达任务



商品雷达任务--申诉动作

列表申诉状态

申诉中和商品审核中同时存在，申诉状态优先展示

常规

修改建议最多显示3行，超出3行...显示，鼠标hover后，气泡展示全部信息

	Joyhome 2017 Franch New Design... 智力产品 ID:121312312312qjwvd	Jimmy	疑似知识产权侵权 疑似商标侵权, 该商品涉嫌侵犯“LV”商标侵权疑似商标侵权, 该商品涉嫌侵犯“LV”商标侵权	7天后将被下架并扣分	 
---	--	-------	---	------------	---

申诉中

	Joyhome 2017 Franch New Design... 智力产品 ID:121312312312qjwvd	Jimmy	疑似知识产权侵权 疑似商标侵权, 该商品涉嫌侵犯“LV”商标侵权	7天后将被下架并扣分	 
			申诉中, 待人工审核	申诉中的商品, 不能再次申诉, 所以行动点置灰	

48小时内返回展示人工审核结果

申诉失败

	Joyhome 2017 Franch New Design... 智力产品 ID:121312312312qjwvd	Jimmy	疑似知识产权侵权 疑似商标侵权, 该商品涉嫌侵犯“LV”商标侵权	7天后将被下架并扣分	 
			申诉失败		

客户针对待整改的商品存在疑问，可点击申诉：

- 如商品已整改但仍显示在整改列表，商品没有问题或已经提交资质，此时客户可以点击申诉反馈
- 申诉任务处理时效：48小时，申诉通过，则退出雷达任务
- 申诉次数：单个任务限定**1次**申诉机会
- 申诉失败不影响整改期限，**可继续选择进行整改/资质上传操作**
- 客户**超期未整改/整改失败**，且商品未在审核中，均视为整改失败，**执行下架扣分**，在**MA后台->违规记录详情**可查看具体的违规明细

其他注意事项：

- 1、部分被平台抽检识别到的品牌（以小众品牌和非一线大牌为主）侵权商品会出现在整改任务中，以便客户进行主动整改，从而可以通过该产品预警提示客户，避免客户后期被品牌方投诉导致扣分。
- 2、收到了整改任务，客户需要在**7个自然日**内检查相关商品，并根据提示涉及的侵权品牌信息，编辑商品去除商品详情页中的相关侵权词或侵权LOGO，如果客户有该品牌的品牌授权或进货链路证明，可以通过**资质备案流程**完成相关品牌的品牌备案，品牌备案审核通过后，相关已备案品牌涉及的整改任务会消失，如果在7个自然日的**整改期限内未完成**商品整改或品牌资质备案，则相关商品会**被扣分并下架**。
- 3、如果客户对相关整改任务有异议，可以通过申诉按钮进行反馈（同一整改任务只有1次申诉机会），说明自己的不侵权原因或其他抗辩理由并且等待平台审核人，若审核通过，整改任务会消失，若申诉审核不通过，则客户只能继续选择整改或资质备案来完结整改任务。
- 4、如果对知产雷达产品有其他问题，可以通过页面右侧**小何在线**或联系**客户经理提交工单**进行反馈。



答疑通道



如对讲解内容有任何疑问，请在**10.29**
(周六) 24:00前扫码反馈，工作
人员将于下周发文解答。



折扣样品会场隆重上线!

仅针对L2+严肃买家，长期有效



目录

分享内容

1. 样品折扣会场介绍
2. 会场重点前台资源
3. 提报说明



折扣样品会场介绍

预计10月31日上线，具体以实际为准

面对样品，商家/平台/买家有什么痛点？

→ 针对严肃买家，提供折扣样品，提升时新效率

“样品试新”行业化场景

商家

- **找不准**：新品趋势难以捕捉、市场反馈收集难；
- **触达弱**：新品获取种子用户难、公域获取新客受限；
- **难追踪**：拿样买家人群不精准、且难以实现二次营销

平台

- 买家“找新”场景心智待强化；
- 严肃买家画像识别不够精准；
- 买家人群数据无法回流沉淀；
- L2-L4层级买家的规模及渗透率较低

买家

- 不同层级买家需要差异化权益；
- 对于新品有体验试用强需求



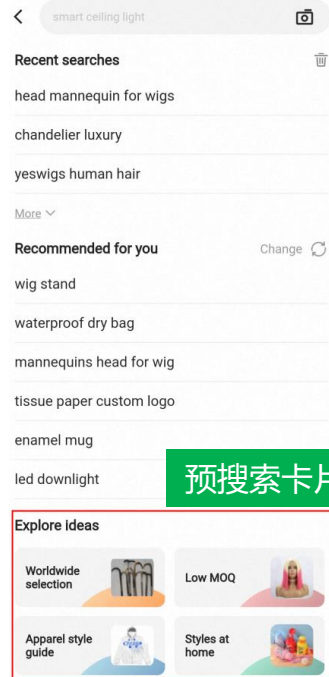
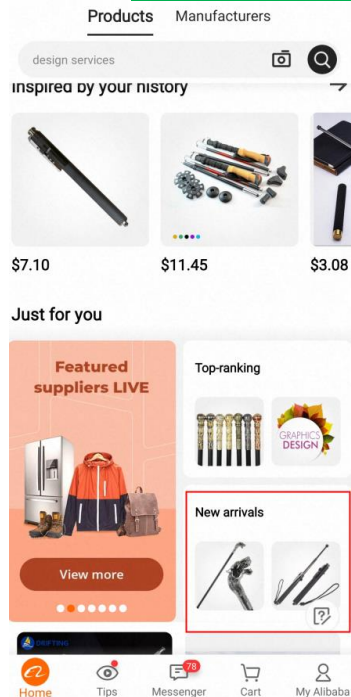
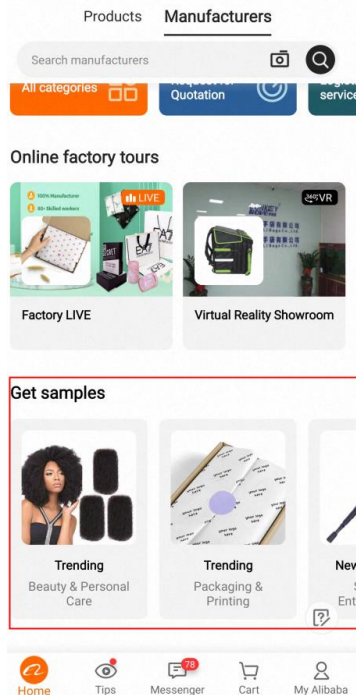
样品折扣活动 – 核心场景资源

上线时间：10月31日找工厂上线，不同布点的具体上线时间略有差异
报名/活动时间：长期有效

Online retailer样品中心



首页new arrival



预搜索卡片

找工厂 get samples

更多布点敬请期待!

全网发布会

样品折扣活动提报说明

上线时间：10月31日

报名/活动时间：长期有效

针对买家

L2+以上层级的买家

报名方式

My Alibaba-营销中心-官方活动报名-营销活动-折扣样品活动

商家门槛

每个商家最多可以报名200个商品参与，所有可以参与的商品尽量一次性提报完成

商品门槛

设置支持样品服务，行业&金额门槛&折扣要求如下图所示，不限制包邮

大快消一级行业	折扣样品	
	样品金额门槛 (样品原价, USD)	样品折扣
Beauty & Personal Care	≥5	至少6折
Apparel	≥5	至少7折
Home & Garden	≥5	至少6折
Consumer Electronics	≥5	至少6折
Sports & Entertainment	≥5	至少6折
Timepieces, Jewelry & Eyewear	≥5	至少7折
Luggage, Bags & Cases	≥5	至少9折
Gifts & Crafts	≥5	至少6折
Toys & Hobbies	≥5	至少6折
Home Appliances	≥10	至少6折
Home Textiles	≥5	至少6折
Fashion Accessories	≥5	至少6折
Shoes & Accessories	≥5	至少9折

非销一级行业	折扣样品	
	样品金额门槛 (样品原价, USD)	样品折扣 (样品原价, USD)
Construction & Real Estate	≥5	至少5折
Furniture	≥5	至少5折
Lights & Lighting	≥5	至少5折
Vehicle Parts & Accessories	≥10	至少7折
Packaging & Printing	≥5	至少5折
Renewable Energy	≥5	至少5折
Tools & Hardware	≥10	至少7折
Power Transmission	≥10	至少7折
Testing Instrument & Equipment	≥10	至少7折
Electrical Equipment & Supplies	≥5	至少5折
Security	≥1	至少5折
Safety	≥5	至少5折

样品折扣活动提报说明

上线时间：10月31日

报名/活动时间：长期有效

注意！！

1. 每个商家报品上限：200个，所有可以参与的商品尽量一次性提报完成
2. 如果出现不履约的情况，取消报名资格
3. 报名样品的库存数量 ≥ 10 件 & 商品成长分 > 65
4. 报名商品需与商家主营一级行业一致



消费行业答疑群

消费行业折扣样品活动

214人

消费行
业折扣样



▶ 扫一扫群二维码，立刻加入该群。

非消行业答疑群

非销行业折扣样品群

183人

非销行
业折扣样



▶ 扫一扫群二维码，立刻加入该群。





如对讲解内容有任何疑问，请在**10.29**
(周六) 24:00前扫码反馈，工作
人员将于下周发文解答。



评价升级详情解读

Reviews

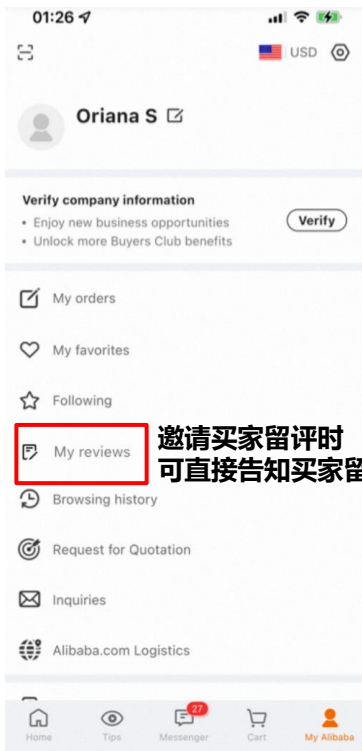


评价(reviews)升级核心概览 预计11月4日上线

类型	升级前	升级后	说明	商家机会
评价类型	交易评价 (买家确认收货后写评价)	交易评价外, 新增直接评价	直接评价: 支持符合一定条件的用户直评。 最近180天产生了商机行为 (包括但不限于 MC询盘、TM咨询等行为) 的高层级买家 或已支付但尚未确认收货的买家均可直评	充分利用时间差带来的买家背书! 再也不用等买家确认收货后的评价了, 在买家支付完成后确认收货前, 或高层级买家沟通后, 都可以主动邀请买家先写评价, 买家留评后立即在商详侧展示评价内容 (暂时不展示评分) , 提升商详询盘转化
评价内容	交易评价: 买家围绕以下内容打分 Product quality On-time Shipment Supplier Service	交易评价不变; 直接评价打分项 (APP侧): ①最近180天能产生了商机行为的高层级买家----communication ability ②已支付但尚未确认收货的买家: communication capabilities manufacturing/trading capabilities	目前直接评价分数 暂时还不参加计分 。 manufacturing/trading capabilities 为新增打分项, 目前支持买家评价 但暂时不在前台展示	如果在这些方面有优势, 通过买家的评价凸显出来, 影响更多其他买家, 提升询盘转化
评价时间	交易评价: 确认收货后 30 天内	交易评价: 确认收货后 90 天内	买家强烈需求 部分商家需求	有更多时间可以邀评 交易评价邀评路径: 商家My alibaba —交易管理—评价管理—待买家评价—复制评价链接 直接评价&交易评价, 买家入口: 买家My Alibaba(APP侧)-My reviews
前台展示上	在商详评价楼层不展示 买家层级	如果留评买家会员层级为Platinum或Pro, 则在前台商详评价楼层展示展示Platinum或Pro; (APP侧)	商家后台与当前网站规则保持一致	有专业买家背书! 提高商详询盘转化

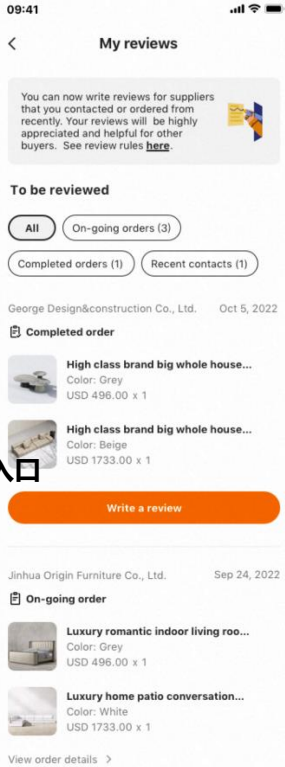
买家侧留评路径及内容展示

买家 My Alibaba-My reviews

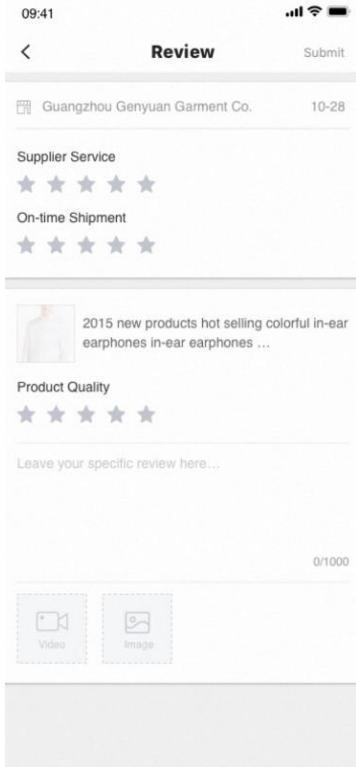


邀请买家留评时
可直接告知买家留评入口

My reviews list



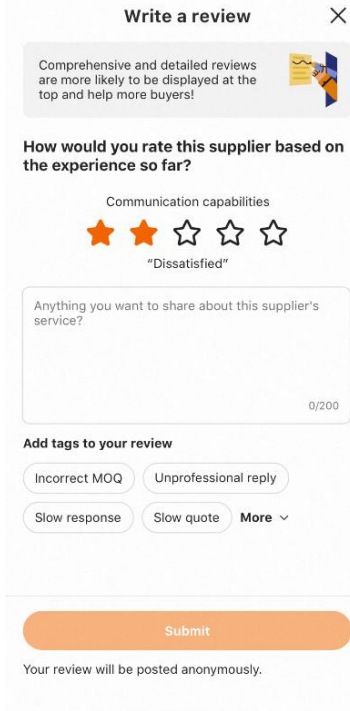
买家确认收货后留评界面



买家支付后确认收货前留评界面



最近180天产生了商机行为的高层级买家留评界面



商家为什么要重视运营Reviews

站外

美国西北大学Spiegel研究中心与PowerReviews合作，分析了数百万用户的数据及经验，研究了用户接触和与网上评论互动是如何影响他们的购买行为的长达一年，核心结论如下：

“With **nearly 95% of shoppers reading online reviews before making a purchase**, reviews have transformed the way consumers make purchase decisions”

Executive Summary

What we found:

This research found that not only are reviews extremely valuable in influencing purchase decisions, but a number of circumstances factor into when and how reviews shape customer value.

How star ratings, number of reviews, and price influence purchase behavior



- ✓ 评价星级、评价数量都会影响购买行为
- ✓ 展示评价，转化率可以提升270%
- ✓ 82%的购物者特别热衷于找负面评价。当他们与负面评论互动时，转化率提高了67%
- ✓ 5星评价太好了不像是真的，相比起整体评分为4+星的商品，全部获得5星的商品转化反而会降低
- ✓ 一个商品的前5条评价对转化的影响最大

From "How Online Reviews Influence Sales" \ spiegel.medill.northwestern.edu

站内

来自2022.7月对国际站买家关于商家商品内容获取的定量调研显示：

- ✓ 买家访问商家店铺，**最希望获得的商品信息前3位**分别是新品/爆品/促销商品、可定制商品、**优质评价商品**、其他(商家的商品分类、商家主推品、更多视频和直播商品、商品组合、商品系列等)
- ✓ 买家访问商家店铺，**最希望获得的5项商家信息**分别是商家的基本信息、**其他买家的评价**、商家质量控制、商家在国际站的历史表现、商家的服务能力、定制能力、生产能力、售后能力、研发能力

来自2022.1月对国际站买家关于reviews的专项定量调研显示：

- ✓ 约**84%**的买家反馈评价对采购有重要参考作用
- ✓ Reviews是买家最信任的信息之一
- ✓ 0评有时会另买家直接放弃继续浏览，退出商详

买家原声：

“在商详没找到或者看到非常少量的review，难以相信商品的质量，也怀疑商家的可靠性”

“XXX上有很多评价，虽然说评价也有水份，但当看到一个商品有上千条好评的时候就会觉得很安心。可是国际站的评价比较少”

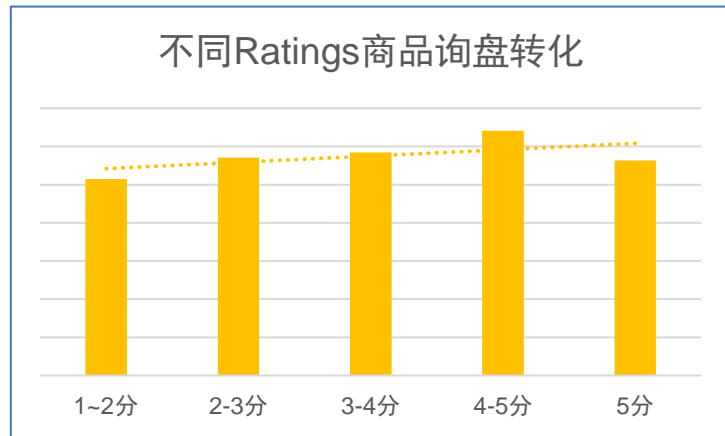
全网发布会

站内运营reviews有什么好处—提转化

商品询盘转化



不同Ratings商品询盘转化

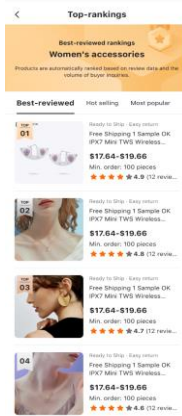


- 1、同为有交易的商品，有Reviews沉淀的商品比没有Reviews的商品询盘转化具有非常明显的优势；
- 2、同为有Reviews的商品，询盘转化随着Ratings的提高而提高，评价分数为4-5之间的商品询盘转化为峰值也是分水岭。被评价为5分的商品，询盘转化率反而会下降比较明显。这点也与第一页来自美国西北大学Spiegel Research Center的研究结论一致。



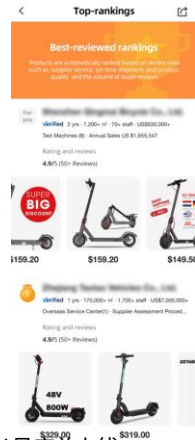
站内运营reviews有什么好处—专属权益

权益一 榜单：商品好评榜



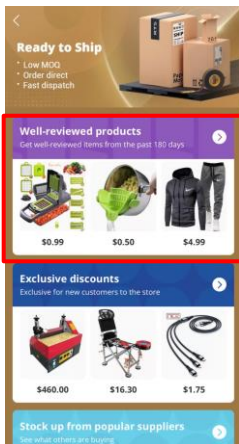
- 已上线
- ✓ 榜单基于叶子类目维度生成，每个榜单展示50个商品
 - ✓ 影响商品榜单排名的核心因子：近90天商品的评价数量、评价星级、询盘数量
 - ✓ 更新节奏：每日更新
- 详细规则见最后一页扫码白皮书获取

权益二 榜单：商家好评榜



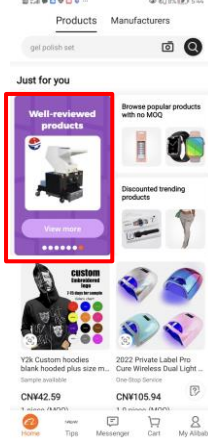
- 预计11月底前上线
(以实际上线时间及内容为准)
- ✓ 找工厂频道展示
 - ✓ 基于买家偏好，每个榜单展示10个商家
 - ✓ 排序核心因子：近90天店铺的评价数量、评价星级、询盘转化
 - ✓ 更新节奏：每日更新

权益三 RTS频道固定专属楼层



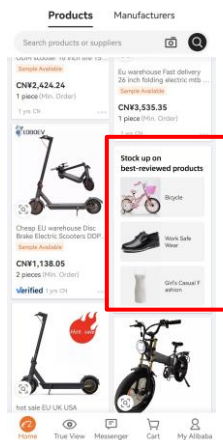
- 已上线well-reviewed products
- ✓ 圈品规则：**近90天**商品评价数量≥1条且 Product Quality评价星级≥4分的商品 或 **直接评价≥1条且内容正向的商品**
 - ✓ 排序规则：千人千面

权益四 每月首焦营销活动



- 每月一场，每次一周 well-reviewed products
- 11月 11月21日—11.27日**
- ✓ 圈品规则：**近90天**商品评价数量≥1条且 Product Quality评价星级≥4分的商品 或 **直接评价≥1条且内容为正向的商品**

权益五 搜索推荐云主题



- 11.15日上线well-reviewed products
- ✓ 圈品规则：**近90天**商品评价数量≥1条且 Product Quality评价星级≥4分的商品 或 **直接评价≥1条且内容正向的商品**

备注：被国际站判定为不当交易或存在其他异常的订单对应的买家留下的评价(Reviews)均不计入

全网发布会

站内运营reviews有什么好处—专属差异化展示

一、已上线

PC端搜索list展示reviews条数、分数、关键词



Ecoparty Spring Autumn Women Dress Female Fashion Long Sleeve Floral Print Long Maxi Dress Ladies

Long Sleeve Maxi Dress Floral Print

CNY31.83
+CNY162.50 (Shipping)
1 piece (MOQ)

4.5 (130) "timely delivery"

Contact Supplier Chat Now Compare



D&M Final Clear Out 2021 New Summer Trending Low Price Bulk Clothes Woman Vestido Cheap Apparel

Short Sleeve Casual Breathable

CNY13.55
20 pieces (MOQ)

4.7 (54) "fast delivery"

Contact Supplier Chat Now Compare

APP端搜索list商品上展示 reviews条数

—提点击转化

(规划中)

二、已上线：找工厂PC端频道-rating and reviews

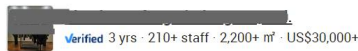
All Categories Apparel Fabric & Textile Raw Material Consumer Electronics Home & Garden

Customization from Samples

Have Management Certificate

Repeat Buyers Choice

ODM service available



Rating and reviews

4.6/5 (30+ reviews)

Factory capabilities

- Total Floorspace (2,240m²)
- Total Staff (215)
- Repeat Buyers Choice
- Supplier Assessment Procedures



CNY17.49 - CNY20.18
MOQ: 2 pieces



Rating and reviews

4.4/5 (50+ reviews)

Factory capabilities

- Consolidation Service
- Supplier Assessment Procedures



找工厂PC频道商家list中，公司名下方最显著的位置展示店铺Rating and reviews

全网发布会

站内运营reviews有什么好处—专属差异化展示

二、商品reviews、商家reviews在商详首屏及腰部融合展示—提升询盘转化

(示意图见下以实际上线为准, 9月底已上线)

商品有reviews
店铺也有reviews
的商详腰部

Service >

- 3-years warranty for machinery
- 2-years warranty for core components (include Motor, Gear, Gearbox, PLC)
- Local after-sales service by engineers in USA
- Offers installation guide video

Reviews

Product ratings >

4.0 ★★★★★

A***, Oct 20, 2021

★★★★★

Very quick shipment and low price. The product quality is good The product quality is good The ...

Store ratings >

4.6 /5.0 Very satisfied

Product quality	4.6
Supplier service	4.6
On-time shipment	4.6

More about this product

商品没有reviews
店铺有reviews
的商详腰部

Service >

- 3-years warranty for machinery
- 2-years warranty for core components (include Motor, Gear, Gearbox, PLC)
- Local after-sales service by engineers in USA
- Offers installation guide video

Reviews

Product ratings

No product reviews (yet).

Store ratings >

4.6 /5.0 Very satisfied

Product quality	4.6
Supplier service	4.6
On-time shipment	4.6

More about this product

商品没有reviews
店铺也没有reviews
的商详腰部

Service >

- 3-years warranty for machinery
- 2-years warranty for core components (include Motor, Gear, Gearbox, PLC)
- Local after-sales service by engineers in USA
- Offers installation guide video

No reviews (yet)

★★★★★

More about this product

Key specs >

Dimension: 8in, 10in ;Materials: stainless stell...

Verified certification >

CE FC

Customization options >

Logo printing; Packaging design; Graphic design

Inspried picks

与商品和店铺都有reviews的商详首屏和腰部相比, 商品和店铺都没有reviews的商详

内容饱满度较差, 无任何参考信息给到潜在买家, 不利于询盘转化

四、L3L4高层级买家alibaba.com首页差异化透出

(示意图见下以实际上线为准, 10月中已上线)

Your suppliers View more → Your benefits

Enter keywords Search your suppliers' products Request for Quotation

- LS LS Sportswear Co., Ltd. Order placed **1 New reviews**
- SD SD Clothing Factory Order placed **10 New LIVE**
- LS LS Clothing Factory Order placed **10 New certificates**

Platinum Current level

Buyers Club benefits →

Special shipment and consolidation services >

Payment Terms \$50,000 >

US \$500 Coupons

高层级L3买家、L4(金标买家)登录alibaba.com时, 新首页上, 与这个买家相关的诸多商家(购买过、沟通过、订阅过等) Feeds流里将展示商家近期收到的好评内容, 提升买家对商家的关注度及信任感。



如何主动自运营reviews

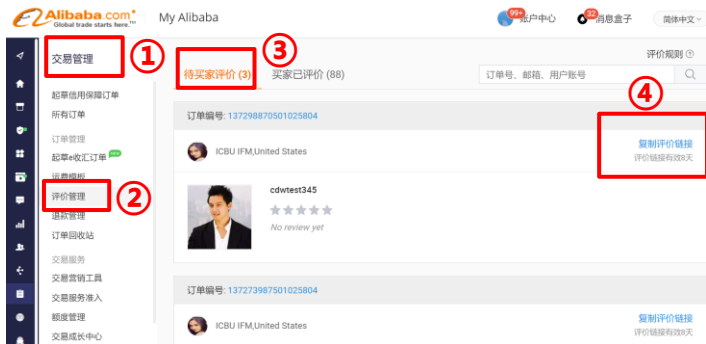
2022年6月国际站进行了买家留评动机研究：买家在完成商业采购后为商家留评价或写推荐的动机是什么？

- ✓ 遇到超出预期的好产品或服务，希望能reward供应商，向其他买家推荐///遇到特别差的产品/服务，想要提醒其他买家避免踩坑
- ✓ **如果商家主动邀请其进行评价，买家会更愿意留评价**，因为这样买家认为自己的评价会被重视故而愿意留评。

如何主动邀请买家留评价？在什么时间点邀评成功率较高？

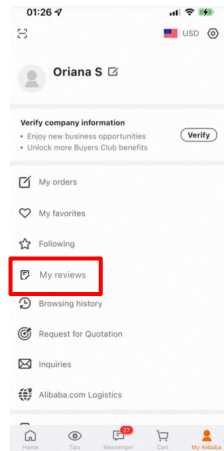
- ✓ 数据发现，收货后**5天内**是邀请买家评价的黄金窗口期，1天内更佳；
- ✓ 公司层面建立整体运营机制，对能邀到买家写丰富多元内容评价的业务给予奖励，对买家给予店铺复购的优惠政策；
- ✓ **高层级买家沟通后/买家支付后确认收货前/买家收货后**，业务主动询问买家对服务、商品质量等的感受，告知买家留评入口，主动找买家邀请评价
(路径：买家My Alibaba — My Reviews) ，为商详尽早展示评价内容争取时间差，早日利用专业多元的评价内容给其他买家带来的决策价值！
提升商详询盘转化！

商家
侧面
界面



备注：
商家评价管理中，关于直接评价的邀评以及管理，预计12月上线

买家
侧面
界面



邀请买家留评时
可直接告知买家留评入口

平台会主动识别商家刷评，一经发现，会对店铺进行扣分和降流调控！

全网发布会

商家钉群及白皮书

重要项目上线预告：

评价因子加入商品力模型

(满足以下条件的商品可以晋升成为**甄选品**：商品近90天 L3/L4买家评价条数 ≥ 1 条 且 每条均 ≥ 4 分，且商品整体评价分数 ≥ 4 分 -----11月底前上线



大评价体系 商家钉钉群1



大评价体系 商家钉钉群2



微信/钉钉扫码获取评价白皮书，欢迎订阅

无需重复加群，先加群1，满后加群2



国际站人才招聘小程序上线



国际站人才招聘小程序 (全新发布)

入口：登录阿里卖家，点击顶部导航“更多>成长>人才招聘” or 登录阿里卖家“首页>人才招聘”卡片

来，打造业务增长人才引擎

双选会 | 认证人才 | 全免费

立即使用



立即扫码获取
操作指引

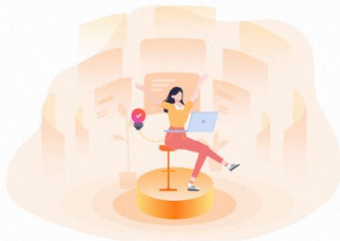


认证人才智能推荐，招聘更省心



- ✓ 80% 认证人才
(教育部&国际站系统培养权威认证)
- ✓ 4大认证类型
(平台运营实操、直播表达、广告推广、数据分析)
- ✓ 精准匹配岗位需求，智能推荐人才库，让招聘更高效

聚合全国高校资源，独享专场招聘



- ✓ 覆盖全国1000所跨境电商高校
- ✓ 定期组织国际站商家专属招聘会
- ✓ 优质高校，对口专业，独家专享

一站式高效招聘，全流程免费使用



- ✓ 职位发布、人才筛选、线上双选、面试管理
- ✓ 一站式高效招聘、全流程免费使用

全网发布会



答疑通道



如对讲解内容有任何疑问，请在**10.29**
(周六) 24:00前扫码反馈，工作
人员将于下周发文解答。



外贸服务市场效率工具速递

全网发布会直播间专属福利（仅限今日）



外贸服务市场是什么?有哪些提效工具&服务?

外贸服务市场

成为国际站会员 外贸学



2 244 30 132
待支付订单 待评价订单 我的服务 我的优惠券

优品推荐

登陆 fuwu.alibaba.com

输入查找服务或服务商

无忧起航 双11秒杀 RTS专享 爆品打造私教

类目导航

旺铺装修

PC店铺模板

无线店铺模板

整站设计

首页设计

内页设计

3D建模

直播服务

主播代播

脚本策划

设备租赁

全案直播服务

应用工具

直通车&关键词 商品管理

营销互动&RFQ 装修工具

企业ERP

培训工具

拍摄服务

产品视频

内容型视频

企业视频

视频诊断

图片拍摄

外贸数字化运营，提效工具/服务必不可少

经营链路

认证入驻

建站发品

流量营销

商机提升

交易提升



工具生态

选品分析
小程序

商品管理工具

一键采集发品
智能翻译功能
批量修改商品
一键RTS产品
站外数据分析

装修工具

智能扣图修图
店招海报工具
海量详情模板

直通车工具

智能出价
定向投放
一键爆品
测品选款

站外推广工具

3D模型工具

视频制作工具

一键剪辑视频
行业模板动效

RFQ工具

沟通插件

店小蜜

企业ERP
(打单、发货)

服务生态

无忧起航

无忧发品

无忧代驾

直播视频服务

整店代运营服务

实力优品服务



直播间专属权益：1元/月（加群->领券->1元下单）

店小宝

支持供应商自建海外仓发货

支持三方外地仓库发货

支持修建添加仓库

快速发品，抢占现货商机！



新外贸机器人

批量发品：支持海外仓批量发品、搬品

批量管理：轻松批量查找、替换产品文字、图片

大数据选品：找出行业热卖款，热卖品

行业分析：查询同行数据，知己知彼



10月27日全网发布会权益工具领取钉钉群【**全网发布会直播当天有效，限量50张**】

注：以上活动面向中国大陆国际站商家，每个工具限1个主账号领取1张优惠券，优惠券仅当天有效，请及时下单使用！



商家场答疑通道&后续通知



如对讲解内容有疑问，请在**10.29**
(周六) 24:00前扫码反馈，工作
人员将于下周发文解答。



扫码申请进群
(交流+通知)



外贸云课堂
(课程+课件)



下载阿里卖家
App端观看

