

8月  
下

# 全网发布会

## 国际站最新动态一网打尽

时间安排 8月25日10:00上线 提问收集8月27日截止

- ✔ 采购节跨境供应链营销活动
- ✔ 8月商品管控新规则解读
- ✔ 商家星等级9月迭代要点
- ✔ 虚假商品信息及商家有责规则升级

# 8月发布会目录

(除明确标注外, 适合所有国际站商家学习)

## 重点活动及规则

- 01 ● 九月采购节-跨境供应链营销活动解读  
营销活动
- 02 ● 商家星等级9-10月规则调整解读  
星等级
- 03 ● 8月商品管控新规则解读  
商品运营
- 04 ● 虚假商品信息及订单商家有责规则升级  
商品运营

## 产品动态

- 01 ● 国际站商品质量检测升级  
商品运营
- 02 ● 商品发布增加“按箱卖”销售方式  
RTS商品 商品运营
- 03 ● 大评价(reviews) 体系介绍及权益详解  
评价运营
- 04 ● 大促买家自营销-客户运营作战攻略  
客户运营
- 05 ● 商家私域自营销-店铺新客工具价值及应用说明  
RTS商品 客户运营
- 06 ● 优质买家获取方法论课程预告  
课程预告
- 07 ● 大促备战服务/工具 & 9.9元店铺诊断  
服务/工具福利



# 九月采购节供应链营销活动解读

---



# 目录

## 分享内容

1. 外贸环境&行业供给分析
2. 九月采购节跨境供应链核心策略及服务权益
3. 九月采购节跨境供应链营销活动



# 外贸环境及行业供给分析

## 行业供给分析

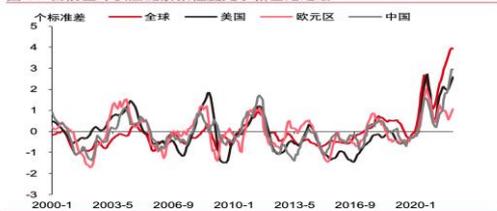
外贸形式不确定性提升，全球通胀形势严峻，俄乌危机激发能源危机 → **惠 + 确定性 + 全球热点** 为买家核心需求

- 后疫情时代的全球供应链进一步恶化，**禁运、航线脱钩及贸易保护主义政策**严重影响全球贸易增长

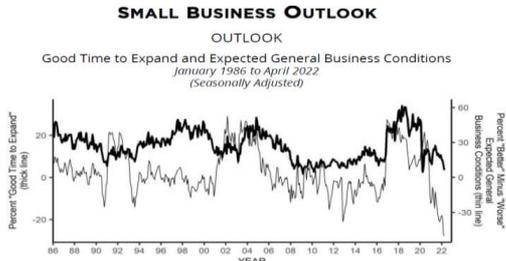
- 宏观影响，欧美中小企业承压更大，信心指数历史新低，**资金/供应链压力巨大**

- 9/10月Halloween、Black Friday等节日热点词在Google trends高速上涨；
- 俄乌冲突导致全球能源短缺，促使新能源高速增长

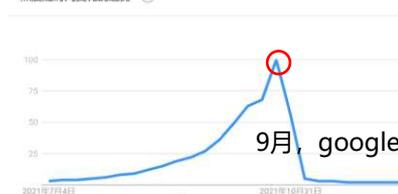
图 3：目前全球供应链紧张程度处于新世纪之最



资料来源：纽约联储，中信证券研究部



热度随时间变化的趋势



### 全球热点

#### 绿色发展

- 新能源/节能
- 环保有机
- 可降级&回收

#### 智能生活

- 家居智能&元宇宙
- 智能穿戴&自动化设施

#### 世界赛事

- 世界杯&温网&环法大赛
- 户外周边

#### 黑五狂欢季

- 节日礼盒&派对周边
- 电商热销
- 秋冬备货

家装建材、包印家居、美容个护



新能源汽车充电桩

3C、家电、家居家具、灯具



智能游戏周边

运动、服装 3C、家居



体育赛会服饰及用品

快消13行业 包印、家具、灯具



节日礼盒&套装

### 商品组织

全球趋势热点 (趋势新品主题)

榜单推荐 (CPV/图搜)

热卖爆款商品

### 营销玩法

展会新品、行业新品

必买榜单

热点、节庆、主题专场

90天最低价 + 17国到货保障

全网发布会



# 九月采购节跨境供应链核心策略及服务权益

大促主题

**SUPER  
SEPTEMBER**

Super September, Save For Sure

全年最“惠”

确定性

精准匹配

最低价

慢必赔 (delivery by)

无忧退 (Easy Return)

Pay later、OA赊销

# 九月采购节跨境供应链核心策略及服务权益

## 买家分层权益

仅供参考，以实际上线权益为准

身份	大促买家权益				
	惠 (最近900天最低价)	到货保障 (Delivery by)	无忧退 (Easy Return)	先买后付 (BNPL)	OA 赊销
金标买家					<input checked="" type="checkbox"/>
企业买家				<input checked="" type="checkbox"/>	赊购专场
认证买家	<input checked="" type="checkbox"/> 覆盖全量活动 RTS商品	<input checked="" type="checkbox"/> 覆盖全量活动 RTS商品	<input checked="" type="checkbox"/> 无忧退专场	买家专属权益 (满 减)	
信息表达					
注册买家					
访客					



# 九月采购节跨境供应链核心策略及服务权益

以最终上线为准

心智

● 买家

全年最低价，先买后付，买退无忧

● 卖家

高效转化商机，低成本确定性履约

策略

## 支付结算

先买后付<sup>new</sup>：6周4期免息分期

OA赊销<sup>upgrade</sup>：买家拓展至L3+L4，L4买家覆盖率80%

## 买家保障

到货保障<sup>upgrade</sup>  
增加至34条路线

无忧退货<sup>upgrade</sup>  
开放至RTS赛道

本地售后<sup>new</sup>  
机械行业本地售后

## 卖家保障

OA尾款保障<sup>upgrade</sup>  
额度升级

## 履约物流

中美包机<sup>new</sup>：ASP国家行业专线22-24条；新增刀具/美妆个护专线  
美线海整<sup>new</sup>：新增墨西哥/东南亚专线，中美门到门服务  
欧线海整<sup>new</sup>：海整美线目的港快捷服务

## 履约物流

- 空快：权益升级，客户分层优惠+指定路线优惠（包机+多式联运）
- 海运整柜：1) 特价船；2) “美西港到门”，保舱保柜，支付立减<sup>new</sup>

营销

支付  
结算

先买后付

L2+ 首次使用享最高\$25限时减免

OA赊销

L3+赊销专场，额度升级

交易

交易服务费  
满4万打5折

金融

无忧退  
保费5折

OA赊销  
免除销技术服务费

LC融资  
新客首单利率6折

核心  
会场

商品/商家GMV榜单

无忧退会场

物流

发货≥5单，赠200元券

多式联运  
新客满额立减

中美包机95折

全网发布会

# 九月采购节跨供营销活动

## 基础服务费/交易服务费/跨境资金交易费优惠活动

### 优惠活动介绍

- 活动期内，商家信用保障/e收汇订单累计实收金额（首款、尾款均可参与累计） $\geq 4$ 万美元后的次单起，新的信用保障/e收汇订单使用一达通代理出口、市场采购出口、自营出口订单服务费（服务费定义详见优惠规则说明第(3)条）将在原服务费基础上享受5折优惠。
- 活动时间：2022年9月1日 00:00:00-2022年9月30日 23:59:59（美西时间）

### 优惠规则说明

- 计算4万美元实收门槛金额，统计的范围为：信用保障/e收汇一达通代理出口、市场采购出口、自营出口、便捷发货出口订单在活动期间的实收金额；
- 达成实收门槛后所有享受服务费5折优惠的信用保障/e收汇订单一达通代理出口、市场采购出口、自营出口的首付款挂账（资金关联到订单）时间须在美西时间2022年9月1日00:00:00-2022年9月30日23:59:59；
- 享受优惠的服务费类型为：
  - ①信用保障订单自营出口、市场采购出口服务费为交易服务费；
  - ②e收汇订单自营出口、市场采购出口服务费为跨境资金交易费；
  - ③一达通代理出口服务费为一达通基础服务费；
- 优惠实收门槛规则说明：
  - ①门槛订单：活动期间，商家累计实收金额未达到4万美元时产生实收的订单称为门槛订单；
  - ②优惠订单：商家累计实收金额达到4万美元后可享受优惠的订单。  
注：“门槛订单”及“优惠订单”按照实收挂账时间先后顺序进行打标；“门槛订单”取消挂账，已经打标为“门槛订单”的累计实收不满足优惠必要条件时，取消挂账操作时间点之后的实收将继续累计，直到实收再次满足优惠必要条件后方可继续享受优惠；“门槛订单”有取消挂账、修改等变更情况，不予去除“门槛订单”的标签，即使后续其他订单累计实收满足优惠必要条件，“门槛订单”再次有实收挂账，也不会变更为“优惠订单”；对于故意取消“门槛订单”，套取优惠服务等违规行为的，阿里巴巴国际站将视情节严重程度，依据平台相关规则采取包括但不限于扣分等处罚方式；
- 发货时间限制：锁定优惠的订单须在美西时间2022年12月31日23:59:59前完成发货或通关办理完毕（一达通代理出口订单为通关办理完毕）方可享受优惠。未完成发货的订单无法享受优惠，且不再补偿优惠权益；
- 订单结算时间：交易服务费和跨境资金交易费，在信用保障订单、e收汇订单交易完成后（买家确认收货或系统自动确认收货）进行减免；一达通基础服务费在获取电子口岸数据后的第二天（自然日）进行减免；
- 当一个订单同时命中多个权益时，享受其中最大的优惠权益；针对已购买一达通3N年包的商家，在3N年包有效期内，默认不与本次优惠叠加享受；
- 已锁定优惠的信用保障订单和e收汇订单对应的一达通代理出口订单，如果在订单锁定优惠前已通关办理完毕或已完成费用结算，则该一达通代理出口订单不享受优惠，且不补偿优惠；已锁定优惠的订单被判定为不当交易或其他被国际站判定为异常的订单，则该商家之前锁定的优惠将被取消，且不再补偿优惠权益；在优惠订单结算期间商家需仍在出口通、全球宝或金品诚企会员服务中，否则优惠将不予发放；
- TALC、TAPLC、TAOLC订单参与门槛订单累计，但不参与优惠。

# 九月采购节跨供营销活动

## OA赊销技术服务费全免

### 优惠活动介绍

- 活动期间，买卖双方<sup>在</sup>OA赊销平台投保模式下完成OA赊销订单起草及确认，且商家在2022年10月31日23:59:59（美西时间）前收到首笔预付款，满足此条件的订单，商家享受OA赊销技术服务费全免优惠。
- 活动时间：2022年9月1日 00:00:00-2022年9月30日 23:59:59（美西时间）

### 优惠规则说明

- 活动期间符合条件的OA赊销订单享受OA赊销技术服务费全免，九月采购节结束后按原折扣价收取（原价为订单金额的0.5%，6折后即订单金额的0.3%）；
- 订单起草时间及买家确认订单时间均需在活动时间内；
- 商家在2022年10月31日23:59:59（美西时间）前收到首笔预付款，包括预付款一次性收齐，或计划分批收齐时至少收到首笔款项，金额不限；
- OA赊销平台投保模式仅支持信用保障（自营出口或一达通代理出口模式）订单；
- 符合活动优惠条件的订单系统自动使用优惠，商家无需进行额外操作。



# 九月采购节跨供营销活动

## 无忧退保费5折

### 优惠活动介绍

- 活动期内起草、且有首付款挂账（资金关联到订单）的“无忧退”订单，在2022年12月31日（北京时间）前完成全部发货的，该笔“无忧退”订单的保费可享受5折优惠，优惠订单数限20000个。
- 活动时间：2022年9月1日 00:00:00-2022年9月30日 23:59:59（美西时间）

### 优惠规则说明

- 信用保障订单的起草时间需在2022年9月1日00:00:00-2022年9月30日23:59:59（美西时间），且首付款挂账（资金关联到订单）时间在2022年9月30日23:59:59（美西时间）前；
- 优惠额度限制：本活动优惠订单数限20000个，按订单发货时间（以全部发货为准）排序，先到先得，用完即止。订单最终能否享受折扣优惠，取决于全部完成发货时是否仍有优惠额度剩余，以保费实际收取金额为准（保费查看路径：MA后台-交易管理-无忧退货保障-无忧退订单列表）
- 信用保障订单的发货时间为2022年12月31日23:59:59（北京时间）前全部完成发货，超出时间未全部完成发货的订单不享受5折保费活动；
- 无忧退订单投保规则说明：当国际站店铺处于无忧退服务生效中状态，且订单同时满足以下条件，则订单在完成发货时系统将自动投保：  
a、订单金额在1000美元及以下的RTS订单；  
b、商品类目在承保范围中：目前支持29个一级类目，商家可前往“MA后台-服务中心-客户服务中心”，搜索“[无忧退货保障覆盖哪些行业类目](#)”，查询类目明细；  
c、运输目的地为下列国家或地区之一：美国、英国、德国、澳大利亚、加拿大、荷兰、意大利、俄罗斯；
- 满足本活动条件的可享受优惠活动的订单，将在活动订单发货时的基础保费费率上享受5折折扣优惠；
- （符合活动优惠条件的订单在扣除保费时系统自动使用优惠折扣，商家无需进行额外操作。

# 九月采购节跨供营销活动

## 超级信用证交单后融资**首单6折**

### 优惠活动介绍

- 活动期间，近365天未支用过交单后融资的新客户，首次支用交单后融资可以享受6折保理融资服务费优惠。
- 活动时间：2022年9月1日 00:00:00-2022年9月30日 23:59:59（美西时间）

### 优惠规则说明

- 新客定义：包括从未使用过超级信用证交单后融资的客户，以及曾经使用过超级信用证交单后融资但近365天未使用的客户；
- 同一商家活动期间最多只能享受一次6折保理融资服务费优惠；
- 本活动与其他信用证融资优惠不可重复使用，如商家名下有多种优惠，自动享受最优折扣；
- 符合条件的商家首次支用交单后融资时，系统自动使用优惠费率，无需额外操作。



# 九月采购节跨供营销活动-物流： 无忧快递系列-满5单立返200元优惠券

## 优惠活动介绍

- 符合条件的商家使用阿里巴巴国际站快递/多式联运运力发货，美西时间2022年9月份实际发货≥5单，美西时间2022年10月份可获得200元优惠券（每张优惠券金额为25元，共8张优惠券，单笔运费满300元及以上才能使用优惠券，且单个订单仅能抵扣一张优惠券），总名额3000家，先到先得，满额即止。
- 商家为阿里巴巴国际站中国大陆出口通、全球宝或金品诚企会员服务中用户。北京时间2022年7月-2022年8月已发货且有效（即无订单取消/订单终止的情况）的空快总订单量月均 < 5单的商家。

## 优惠规则说明

- 优惠券将于美西时间2022年10月15日 00:00:00-2022年10月15日 23:59:59/北京时间2022年10月15日 15:00:00-2022年10月16日 14:59:59发放；商家需在美西时间2022年10月15日 00:00:00-2022年11月30日 23:59:59/北京时间2022年10月15日 15:00:00-2022年12月1日 14:59:59使用；
- 参与活动专线：无忧3C专线优选，无忧美妆个护专线优选，无忧普货专线优选，无忧日韩专线优选，无忧中美3C专线优选，无忧中美包机专线优选，无忧3C专线标准，无忧澳新专线标准，无忧东南亚专线标准，无忧美妆个护专线标准，无忧免抛专线标准，无忧欧美专线标准，无忧植提专线标准，北美特殊品专线标准，无忧3C专线经济，无忧俄罗斯专线经济，无忧重货专线经济，邮政EMS经济，无忧中欧3C专线经济；实际参与活动专线以线上情况为准；
- 商家可在活动开始后，在“My Alibaba后台-物流服务-物流权益中心”查看活动进展与优惠券发放情况；
- 如果单笔订单基础运费不足券额，以运单的真实金额进行全额减免，基础运费最小支付¥0.01；
- 使用运费券完成指定快递产品下单后，运费券即被锁定，商家实际支付运费时运费券才被核销。优惠券核销时间需要在2022年11月30日23:59:59（美西时间）/北京时间2022年12月1日 14:59:59之前，逾期自动失效。若订单取消且运费券还在有效期范围内，将自动返回；若订单取消但运费券已不在有效期范围内，优惠券将自动失效；
- 主账号和子账号下的订单满足要求均可使用优惠券；
- 商家等因禁运/禁售等问题被平台违规处罚时，平台有权取消折扣。

# 九月采购节跨供营销活动-物流： 多式联运-单票满减优惠活动

## 优惠活动介绍

- 符合条件的商家使用阿里巴巴国际站上的多式联运服务，单笔订单基础运费满500元减50元，满1000元减100元，满3000元减300元，单笔订单减免优惠封顶300元，优惠数量3000单，单个商家限量3单，先到先得，支付直接减免，满额即止。
- 商家为阿里巴巴国际站中国大陆出口通、全球宝或金品诚企会员服务中用户。北京时间2022年6月-2022年8月未使用多式联运发货的商家。
- 物流订单支付完成时间：2022年10月15日23:59:59（北京时间）之前。**重要提醒：务必不要忘记订单支付要在规定时间内！**

## 优惠规则说明

- 参与活动专线：中美快船（美森）优选，中美海卡（DDP）标准，中美快船（DDP）标准，中美快船（经济）经济，中欧卡航（DDP）优选，中欧铁路（DDP）经济，全球重货（DDP）经济；实际参与活动专线以线上情况为准；
- 信用保障和非信用保障订单均可以使用物流优惠；
- 主账号和子账号下的订单满足要求均可享受活动，每个商家满足要求可最多享受3单优惠；
- 商家等因禁运/禁售等问题被平台违规处罚时，平台有权取消折扣；
- 本活动由浙江锦联国际货运代理有限公司、上海璞帆特供应链管理有限公司、浙江多维智慧物流软件科技有限公司、广州拓威天海国际物流有限公司提供。

# 九月采购节跨供营销活动-物流： 无忧中美包机单票满额立享基础运费95折

## 优惠活动介绍

- 符合条件的商家使用阿里巴巴国际站上的无忧中美包机专线，单笔基础运费金额满760元，可享基础运费95折，优惠数量10000单，先到先得，支付直接减免，满额即止。
- 商家为阿里巴巴国际站中国大陆出口通、全球宝或金品诚企会员服务中用户。
- 物流订单支付完成时间：2022年10月15日23:59:59（北京时间）之前。**重要提醒：务必不要忘记订单支付要在规定时间内！**

## 优惠规则说明

- 主账号和子账号下的订单满足要求均可享受活动，每个商家满足要求可多次享受优惠；
- 信用保障和非信用保障订单均可以使用物流优惠；
- 商家等因禁运/禁售等问题被平台违规处罚时，平台有权取消折扣；
- 本活动由浙江竞远供应链管理有限公司提供。



# 九月采购节跨供营销活动-物流： 无忧小包限时折扣优惠活动

## 优惠活动介绍

- 符合条件的商家使用阿里巴巴国际站上的无忧小包服务，基础运费89折，单个商家限量20单，支付直接减免。
- 商家为阿里巴巴国际站中国大陆出口通、全球宝或金品诚企会员服务中用户。截至美西时间2022年8月15日00:00:00/北京时间2022年8月15日15:00前未配置过任意一条无忧小包运力线的商家，从美西时间2022年8月15日00:00:00-2022年9月30日23:59:59 /北京时间2022年8月15日15:00-2022年10月1日14:59:59内配置任一无忧小包运力线的运费模板，且该条运费模板关联RTS品 $\geq 20$ 个。
- 物流订单支付完成时间：2022年10月15日23:59:59（北京时间）之前，过期优惠自动失效。 **重要提醒：务必不要忘记订单支付要在规定时间内！**

## 优惠规则说明

- 参与活动专线：无忧普货小包标准，无忧3C小包标准，无忧普货小包经济，无忧3C小包经济；实际参与活动专线以线上情况为准；
- 信用保障和非信用保障订单均可以使用物流优惠；
- 以运单的真实金额进行全额减免，基础运费最小支付¥0.01；
- 主账号和子账号下的订单满足要求均可享受活动，每个商家满足要求可最多享受20单优惠。
- 商家等因禁运/禁售等问题被平台违规处罚时，平台有权取消折扣；
- 本活动由北京燕文物流有限公司提供。



# 九月采购节跨供营销活动-物流： 美西港到门优惠活动

## 优惠活动介绍

- 符合条件的商家使用阿里巴巴国际站上的“DW美西港到门”海运整柜物流服务，支付立减100美元/单，每个商家满足要求最多抵扣200美元，优惠数量300单，先到先得，满额即止。
- 商家为阿里巴巴国际站中国大陆出口通、全球宝或金品诚企会员服务中用户。国际站选择有“DW美西港到门，限量优惠”标识的海运整柜下单，具体展示的信息以线上使用时为准，并最迟在2022年10月31日23:59:59（美西时间）完成履约（状态为已离港）。
- 完成履约时间：最迟在2022年10月31日23:59:59（美西时间）完成履约（状态为已离港）。**重要提醒：务必不要忘记履约要在规定时间内！**

## 优惠规则说明

- 参与活动专线：“DW美西港到门，限量优惠”，具体展示的信息以线上使用时为准；
- 商家应在2022年9月31日23:59:59（美西时间）/2022年10月1日14:59:59（北京时间）之前完成选择物流优惠标识线路下单并在2022年10月31日23:59:59（美西时间）完成履约（状态为已离港），方可获得优惠；
- 不支持国际站一级类目为Business Services，二级类目为Logistics Services的货代类CGS下单订舱，即下单无法获取舱位以及优惠；
- 不支持拍档相关公司抬头作为CGS商家下单，即下单无法获取舱位以及优惠；
- 特别说明：如因不可抗力因素如船跳班、船期取消等原因导致优惠未使用，过期失效不后补；
- 信用保障和非信用保障订单均可以使用物流优惠。注意：商家需在“My alibaba-[物流服务](#)”选择有“DW美西港到门，限量优惠”标识线路下单方可使用优惠；
- 主账号和子账号下的订单满足要求均可享受活动，主子账号共同最多享受2单优惠；
- 商家等因禁运/禁售等问题被平台违规处罚时，平台有权取消优惠；
- 本优惠活动由德威国际货运代理（上海）有限公司提供。



# 9月大促跨供营销活动规则查询指引

## 路径1

- 登录My alibaba—点击页面右上角的“消息盒子”—查看更多—查看历史—一达通公告（直达链接：<https://onetouch.alibaba.com/moBasedata/maNotice/list.htm?spm=a2747.12025610.0.0.44075dafNjz4Xg&tracelog=messageCenterList>）

## 路径2

- 进入跨境供应链官网—资讯中心—企业公告（直达链接：<https://onetouch.alibaba.com/home/news?spm=a271c.home-news.0.0.7ab13d92qGpE3f>）



# 商家星等级9-10月规则调整

---



# 商家星等级9-10月规则调整

分享内容

1. 商家星等级9月规则调整
2. 商家星等级6-8月权益更新说明
3. 商家星等级10月规则调整预告



# 商家星等级9月规则调整

预计9月6日上线，具体以实际为准

2022年8月1日起，新买家分层以全新L1+标识替换金标蓝标在商家侧透出，帮助商家更好识别和服务优质买家。商家通过充分表达自身行业能力和实力、提供优质商品和确定性服务**更有利于商家吸引和承接优质买家的需求，获取高质量商机。**

因此，商家星等级延续5.0版基本框架，计划于**2022年9月6日（周二）**起对部分规则做调整，本次调整不影响2022年9月5日更新的9月评定星等级，**仅影响9月6日开始的预测星等级和10月开始的评定星等级。**

优质买家

寻找优质商品  
判断供应商能力/实力

沟通咨询  
筛选可合作的供应商

选定合作供应商订立合同  
进行采购/复购

验收订单  
对供应商服务做评估

星等级对应  
能力项

商家力

营销力

交易力

保障力

卖家行动

数字化表达自身竞争优势  
吸引优质买家

提升体验，提高转化  
积累更多潜在优质买家

提供有吸引力的交易条件  
促进优质买家成交/复购

提升订单交付确定性  
提升优质买家留存

9月对应规则  
调整或优化

行业能力加分池拓展

定制赛道，商家**工程能力**  
验真且上传案例后分档加分  
(建材、家具、灯具3个行业)

“商机指数”升级

从统计有效询盘转为统计店铺**商机买家**，并延续用**数量**  
和**质量**两个维度做综合考量

“商机转化率”优化

提升指标评价商家承接转化  
买家效率的客观性

机械本地售后  
商品交易额加分

定制赛道，机械行业，不同  
星级的商家在满足一定本地  
售后商品交易额加分（3分）

暂无调整

持续更新商家星等级权益，支持商家在平台更好的经营

全网发布会

# 商家星等级9月规则调整—商家力板块“工程能力”加分

预计9月6日上线，具体以实际为准

疫情加快了家装整个行业从采购端延伸至消费端的线上化进程。工程类项目周期长，产品偏定制，商家通过工程能力验真和上传真实案例，有助于凸显商家产品品质和设计能力，从而提高买家信任度和线上化采购体验。因此，商家星等级中将“工程能力”加入商家实力加分体系，丰富商家“行业服务能力”加分指标池。

## “工程能力”加分基本规则

商家“工程能力”能力验真通过后，依照上传的工程案例数分档在定制赛道商家力对应能力板块加分：

加分条件	分值
验真完成且上传工程案例1个	+2分
验真完成且上传工程案例3个及以上	+5分

- 仅在**定制赛道商家力**板块加分，覆盖**建材、家具、灯具**3个一级行业。
- 仅在当前店铺“**Customization商品成长平均分**”**大于等于60分**时，才开启加分。
- 定制赛道归属于商家力“行业服务能力”加分板块，与同板块其他加分指标累计加分不超过20分（即封顶20分）。

查看准入情况：MA-金品中心-行业服务准入  
查看验真结果：MA后台-金品中心-行业竞争力-工程服务能力认证



扫码查看更多  
工程能力信息



全网发布会

# 商家星等级9月规则调整——定制赛道商家实力加分体系

预计9月6日上线，具体以实际为准

## 企业出口实力

已验真的企业线下年出口额  
依据规模分档加分，封顶10分

所有行业通用标准

## 专业实力认证

已验真的企业专业实力认证  
多种类型，可累加，封顶10分

- 商标、专利、指定类型的证书（10分）
- 财富500强合作（10分）
- AEO认证（10分）
- 大牌代工（10分）

## 行业服务能力

垂直行业专业服务能力  
特定行业加分，封顶20分

- 海外售后（机械，已有）
- 3D家装模型（建材等7行业，已有）
- 软件著作权（商用服务设备，安防，电子元器件）
- 海外现货（全行业）
- **工程能力（建材、家具、灯具3个行业）**

### 加分规则：有条件开启

- 仅在定制赛道——商家力板块加分；
- 仅在“Customization商品成长平均分”**大于等于60分时**，才开启加分；
- 3类验真后的实力指标加分，**单类得分有封顶，3大类分数累计，封顶40分。**

# 商家星等级9月规则调整预告

—营销力“商机指数”指标升级

预计9月6日上线，具体以实际为准

“商机指数”统计口径升级：从以店铺有效询盘数为指标基准改为以店铺**商机买家人数**为指标基准，并延续结合数量和质量两个维度综合评估的指标构建方式，依照店铺获取的商机买家的**质量差异**调整打分的重要性等级。

## 调整背景/目的

### • 更客观、更全面的反映商家获取商机的能力

买家在国际站上可以通过发送询盘、发起TM咨询或者发起订单的方式向卖家表达沟通意向，仅用店铺有效询盘的数量和质量来衡量商家在平台获取商机的能力不够全面和客观。

• **鼓励商家通过重点运营和服务好优质买家更高效的获取商机**  
买家分层运营，重点关注其中优质买家的服务体验，重点跟进和运营，积累更多优质买家

## 新“商机指数”内涵

反映近30日访问店铺和店铺产品的**商机买家的数量和质量**的综合指数，为0-1000之间的数值。

- 商机买家指有对店铺和店铺商品发起TM咨询、发送询盘、发起订单中**任意一种**行为的买家。统计期内（近30天）对商机买家做隔日去重统计。即，**30天内一个商机买家仅统计一次**。
- 店铺获取的商机买家人数越多，优质商机买家（L1+）越多，商机指数越高，得分越高。网站处罚并关闭账号的商机买家将从统计中剔除。

## 主要变化对比

对比项	原“商机指数”	新“商机指数”
统计范围	有效询盘	商机买家
评分维度	数量+质量	数量+质量
调高打分买家群体	金蓝标买家	L1+买家

扫码了解  
更多国际站  
优质买家  
(L1+买家)  
相关信息



全网发布会

# 商家星等级9月规则调整预告

—营销力“商机转化率”指标优化

预计9月6日上线，具体以实际为准

“商机转化率”统计口径优化：原指标定义不变，统计时刨除由于平台潜客拉新导致的转化效率偏低的流量来源。

## 调整背景/目的

### • 提升指标评价商家承接转化效率的客观性，更好的帮助商家了解店铺承接转化效率

店铺的转化效率是买家体验的重要体现指标，统计中刨除由于平台潜客拉新导致的转化效率偏低的流量来源，能降低对商机转化率指标评价商家对买家承接转化效率的客观性的干扰。

## 新“商机转化率”

**基础定义不变：**最近30天内的店铺访客中，在近30天内从店铺访客转化成商机买家的比例=最近30天内访问店铺且有商机行为的买家数 ÷ 最近30天内访问店铺的买家数。

①商机行为是指买家对店铺发过TM咨询、询盘、发起订单行为。

②分子仅统计访问店铺后产生的商机买家，即访问行为在前，商机行为在后。

**数据统计口径优化：**统计时，从指标的分子分母中同时刨除这些由于平台潜客拉新导致的转化效率偏低的流量来源的影响。



# 商家星等级9月规则调整预告

—定制交易力机械本地售后交易额加分

预计9月6日上线，具体以实际为准

## 本地售后服务买家价值

• **凸显机械商家的综合实力，有助于买家筛选优商** 是否在买家的海外本地提供现场服务，本身是商家综合实力的一种体现。

### • 高确定性增值服务提升买家体验

①**售后保障**：机械产品复杂，调研显示海外买家采购后，需要也更青睐商家能提供相关的本地服务（如：本地安装、本地维修、本地保养等）。

②**履约保障**：包含售后服务商品在商家未能履约或者完成服务，买家发起投诉时，国际站将介入。如判定是商家责任，则需商家赔付争议商品的2%给买家作为补偿。

更多机械  
行业本地售后  
服务信息



课程  
视频



## 机械本地售后商品交易额加分规则

**机械本地售后商品交易额**：指主营一级行业为机械的商家，近90天内店铺内提供本地售后服务的商品的在线交易额。

定制星等级 交易力星级	机械本地售后商品在线 交易额（美金）	定制星等级 交易力加分
4星	200000	3分
3星	100000	3分
2星	50000	3分
1星	20000	3分
0星	1000	3分

**说明**：定制星等级交易力星级和对应在线交易额同时满足才可加分。

即：新规则下，原商家定制星等级的交易力0星，则“机械本地售后商品在线交易额” $\geq 1000$ 美金，**定制星等级交易力**可加3分；

若商家定制星等级的交易力4星，则“机械本地售后商品在线交易额” $\geq 20$ 万美金时，**定制星等级交易力**才可加3分，以此类推。

全网发布会



# 商家星等级9月规则调整小结

预计9月6日上线，具体以实际为准

2022年8月1日起，新买家分层以全新L1+标识替换金标蓝标在商家侧透出，帮助商家更好识别和服务优质买家。商家星等级鼓励商家通过充分表达自身行业能力和实力、提供优质商品和确定性服务吸引和承接优质买家的需求，获取高质量商机。



# 商家星等级6-9月新增权益说明

## 橱窗资源

**获取门槛:** 不定期作为升星活动奖励。  
符合获奖要求的星级商家可获奖励  
详见活动通知及要求

**具体内容:** 免费橱窗 (奖励周期以活动详情为准)

**领取方式:** 营销中心-橱窗-橱窗订单管理开通

## 数据参谋 30天试用

**获取门槛:** 不定期作为活动资源奖励 (仅向出口通)  
符合获奖要求的星级商家可获奖励  
详见活动通知及要求

**具体内容:** 数据参谋试用权益 (30天)

**领取方式:** 数据分析后台激活使用

## 首焦升星 资源位

**获取门槛:** 不定期作为升星活动奖励。  
符合获奖要求的星级商家可获奖励  
详见活动通知及要求

**具体内容:** 国际站首焦专区 (1周时间展示)

**领取方式:** 无需领取, 自动圈品专区展示

## 金商机 限时报价

**获取门槛:** 月评定星等级 $\geq 3$ 星

**具体内容:** 符合门槛的商家, 依据上月评定  
服务分发放本月金商机权益条款

**领取方式:** 手动发放

评定分	发放条数
$\geq 80$	15条
$\geq 60$ 分且 $< 80$ 分	5条
$< 60$ 分	3条

## RFQ报价置顶

**获取门槛:** 月评定星等级=2星

**具体内容:** 商家使用1条报价置顶权益,  
可将报价置顶在买家报价列表前三位,  
增加报价的曝光机会

**领取方式:** 手动发放

更多内容请关注  
商家星等级官方资料小站



# 商家星等级权益汇总

权益分类	身份外显 (不含直达)		搜索权益	工具提效						活动准入						平台服务			
	搜索列表-星级标识	店铺-星级标识		搜索排序条件	RFQ报价畅行	RFQ报价	RFQ报价置顶 New	金商机限时报价 New	橱窗资源 New	数据参谋30天试用 New	三九大促报名准入	行业活动报名准入	线上展会报名准入	超级星厂牌报名准入 (金品专享)	百万美金俱乐部 (金品专享)	首焦升星资源位 New	线上专属客服	网商贷利率优惠	生意贷利率优惠
5星	√	√	√				√	√	√	√	√	√	√	√		√	7.2%起	7.5%起	√
4星	√	√	√				√	√	√	√	√	√	√	√		√	7.2%起	8.0%起	√
3星	√	√	√				√	√	√	√	√	√	√	√		√	9.0%起	8.0%起	√
2星	√	√	√			3条		√	√	√	√		√	√			9.72%起	8.5%起	√
1星	√	√	√	1条	5条			√	√	√ (金品)	√		√	√			10.8%起	9.0%起	√

搜索排序条件：星等级做为搜索中一个影响因子，在同等条件下，高星级商家排序靠前

所有场景报名准入：均需满足对应场景要求的其他报名准入条件。

RFQ相关权益说明：RFQ相关权益领取和生效时间均为每月5日评定星级生效后至该自然月结束，领完即止，领取后请当月及时使用。

数据参谋/首焦资源的获取有活动类门槛，请关注后台发布的活动通知

商家星等级权益内容不定期丰富和调整，请以后台最新通知为准

# 商家星等级10月规则调整预告

预计10月11日上线，具体以实际为准

商家星等级鼓励商家提供优质商品和确定性服务**吸引和承接更多优质买家 (L1+)**，结合新商品力模型、沟通表现、物流表现等新指标的上线，对双赛道指标做升级迭代。请商家朋友关注官方9月的升级预告。

定制星等级	<b>商家力</b> ①下线实力优品模型指标， 上线 <b>新商品力模型</b> 相关指标 ②商家实力加分体系升级 核心突出优质买家 关注的行业能力	<b>营销力</b> 沟通表现指标升级 与“平均回复时间”融合 更综合反映商家沟通质量 提升优质买家沟通体验	<b>交易力</b> 待定	<b>保障力</b> 新增物流轨迹质量相关指标 提升交付确定性 提升优质买家体验
	<b>商品力</b> 下线实力优品模型指标， 上线 <b>新商品力模型</b> 相关指标 核心突出优质买家 关注的行业能力	<b>营销力</b> 沟通表现指标升级 与“平均回复时间”融合 更综合反映商家沟通质量 提升优质买家沟通体验	<b>交易力</b> 待定	<b>保障力</b> 新增物流轨迹质量 和交期确定性相关指标 提升交付确定性 提升优质买家体验

# 8月商品管控新规则解读

---



# 目录

## 分享内容

1. 关于西班牙、法国、意大利、英国禁售一次性塑料制品的规则
2. 农药管控调整公告
3. 关于销往欧盟地区植物保护商品和生物杀消商品管控规则
4. 禁止向美国销售带绳窗帘规则



# 关于西班牙、法国、意大利、英国禁售一次性塑料制品规则

## 一、背景

2019年6月欧盟通过了关于一次性塑料的指令（[Directive \(EU\) 2019/904](#)）旨在防止和减少某些塑料产品对环境，特别是水生环境和人类健康的影响，并通过创新和可持续的商业模式促进产品和材料向循环经济的过渡。根据该指令，近年来，陆续有欧洲国家及地区对一次性塑料产品作出立法动作，并将有规划地对所有一次性塑料制品进行禁售部署，经综合考量，阿里巴巴国际站将在[《关于欧盟和英国的一次性塑料制品合规须知》](#)的基础上，对以下市场（西班牙、法国、意大利、英国）禁售有关一次性塑料制品。



## 二、管控范围

详见规则：

<https://rulechannel.alibaba.com/icbu?type=detail&ruleId=20001030&cid=1318#/rule/detail?ruleId=20001030&cid=1318>



# 关于西班牙、法国、意大利、英国禁售一次性塑料制品规则

## 三、具体管控范围

国家	西班牙	法国	意大利	英国
管控商品范围	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、一次性塑料棉签棒（被认定为医疗器械的除外）；</li> <li>2、一次性塑料餐具（叉、刀、匙、筷子等）；</li> <li>3、一次性塑料盘子；</li> <li>4、一次性塑料吸管（被认定为医疗器械的除外）；</li> <li>5、一次性塑料饮料搅拌棒</li> <li>6、一次性塑料气球支撑杆（用于工业气球或其他专业用途气球的除外）；</li> <li>7、由发泡聚苯乙烯制成的饮料容器，包括其附带的瓶盖等；</li> <li>8、由发泡聚苯乙烯制成的食物容器，包括其附带的盒盖等；</li> <li>9、任何氧化式可分解塑料产品；</li> <li>10、添加了小于5mm塑料微球的产品（视目的国具体法规而定）。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、一次性塑料棉签棒（被认定为医疗器械的除外）；</li> <li>2、一次性塑料餐具（叉、刀、匙、筷子等）；</li> <li>3、一次性塑料盘子；</li> <li>4、一次性塑料吸管（被认定为医疗器械的除外）；</li> <li>5、饮料搅拌棒</li> <li>6、气球支撑杆（用于工业气球或其他专业用途气球的除外）；</li> <li>7、由发泡聚苯乙烯制成的饮料容器，包括其附带的瓶盖等；</li> <li>8、由发泡聚苯乙烯制成的食物容器，包括其附带的盒盖等；</li> <li>9、任何氧化式可分解塑料产品；</li> <li>10、一次性塑料彩色纸片；</li> <li>11、水果蔬菜塑料包装；</li> <li>12、家用带塑料杆的绒毛棒；</li> <li>13、不可降解塑料茶和凉茶袋。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、一次性塑料棉签棒（被认定为医疗器械的除外）；</li> <li>2、一次性塑料餐具（叉、刀、匙、筷子等）；</li> <li>3、一次性塑料盘子；</li> <li>4、一次性塑料吸管（被认定为医疗器械的除外）；</li> <li>5、一次性塑料饮料搅拌棒</li> <li>6、一次性塑料气球支撑杆（用于工业气球或其他专业用途气球的除外）；</li> <li>7、由发泡聚苯乙烯制成的饮料容器，包括其附带的瓶盖等；</li> <li>8、由发泡聚苯乙烯制成的食物容器，包括其附带的盒盖等；</li> <li>9、任何氧化式可分解塑料产品。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、一次性塑料棉签棒（被认定为医疗器械的除外）；</li> <li>2、一次性塑料餐具（叉、刀、匙、筷子等）；</li> <li>3、一次性塑料盘子；</li> <li>4、一次性塑料吸管（被认定为医疗器械的除外）；</li> <li>5、一次性塑料 饮料搅拌棒</li> <li>6、一次性塑料气球支撑杆（用于工业气球或其他专业用途气球的除外）；</li> <li>7、由发泡聚苯乙烯（Expanded Polystyrene）制成的饮料容器，包括其附带的瓶盖等；</li> <li>8、由发泡聚苯乙烯（Expanded Polystyrene）制成的食物容器，包括其附带的盒盖等。</li> </ol>
其他要求	<p>部分允许销售的一次性塑料制品在产品或其包装上有须有明显标签，以使消费者意识到产品中含有塑料以及适当的废物处理方法，包括避免乱扔垃圾的必要性（具体的标签要求详见欧盟行政法规(EU) 2020/2151所列一次性塑料产品的统一标识规范）。这些一次性塑料制品包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 卫生巾、卫生棉条和卫生棉条敷料器；</li> <li>2. 湿纸巾(即预湿个人护理用品和家用湿巾)；</li> <li>3. 销售供与烟草产品结合使用的带有过滤嘴和过滤嘴的烟草产品；</li> <li>4. 饮料杯。 在法令生效前已经上市的库存可以不遵守标识需求。</li> </ol>			无



# 农药管控调整公告

## 一、管控背景

根据《[中国禁限用农药目录](#)》，为有效预防、控制和降低农药使用安全风险，规范农药制剂行业的市场管理，维护农药行业的正常运营秩序，经综合考量，阿里巴巴国际站将全面禁售该以下66种农药产品。

## 二、管控范围

序号	中文名(品名, 别名)	英文名	CAS号				
1	六六六	Hexachlorocyclohexane		20	对硫磷	Parathion	56-38-2
2	滴滴涕	Dichlorodiphenyltrichloroethane	50-29-3	21	甲基对硫磷	Parathion-methyl	298-00-0
3	毒杀芬	Toxaphene	8001-35-2	22	久效磷	Monocrotophos	6923-22-4
4	二溴氯丙烷	1,2-Dibromo-3-chloropropane	96-12-8	23	磷胺	Phosphamidon	13171-21-6
5	杀虫脒	Chlordimeform	6164-98-3	24	苯线磷	Fenamiphos	22224-92-6
6	二溴乙烷	Ethylene Dibromide	106-93-4	25	地虫硫磷	Fonofos	944-22-9
7	除草醚	Nitrofen	1836-75-5	26	甲基硫环磷	Posfolan-methyl	5120-23-0
8	艾氏剂	Aldrin metabolized to dieldrin	309-00-2	27	磷化钙	Calcium Phosphide	1305-99-3
9	狄氏剂	Dieldrin	60-57-1	28	磷化镁	Magnesium Phosphide	12057-74-8
10	汞制剂	Mercury preparations		29	磷化锌	Zinc Phosphide	1314-84-7
11	砷类	Arsenic		30	硫线磷	Cadusafos	95465-99-9
12	铅类	Lead		31	蝇毒磷	Coumaphos	56-72-4
13	敌枯双	Bis-ADTA	26907-37-9	32	治螟磷	Sulfotep	3689-24-5
14	氟乙酰胺	2-Fluoroacetamide	640-19-7	33	特丁硫磷	Terbufos	13071-79-9
15	甘氟	Gliflor	8065-71-2	34	氯磺隆	Chlorsulfuron	64902-72-3
16	毒鼠强	Tetramine	80-12-6	35	胺苯磺隆	Ethametsulfuron-methyl	97780-06-8
17	氟乙酸钠	Sodium Fluoroacetate	62-74-8	36	甲磺隆	METSULFURON METHYL	74223-64-6
18	毒鼠硅	Silatrane	29025-67-0	37	福美腈	Asomate	3586-60-5
19	甲胺磷	Methamidophos	10265-92-6	38	福美甲肿	Methylarsinediyl bis(dimethyldithiocarbamate)	2445-07-0

# 农药管控调整公告

## 二、管控范围

39	三氯杀螨醇	Dicofol	115-32-2
40	林丹	Lindane	58-89-9
41	硫丹	Endosulfan	115-29-7
42	溴甲烷	Bromomethane	74-83-9
43	氟虫胺	Sulfuramid	4151-50-2
44	杀扑磷	Methidathion	950-37-8
45	百草枯	Paraquat	4685-14-7
46	2,4-滴丁酯	Butyl 2,4-dichlorophenoxyacetate	94-80-4
47	甲拌磷	Thimet	298-02-2
48	甲基异柳磷	Isofenphos-methyl	99675-03-3
49	克百威	Carbofuran	1563-66-2
50	水胺硫磷	Isocarbophos	24353-61-5
51	氧乐果	Omethoate	1113-02-6
52	灭多威	Methomyl; Lannate; Kudrin	16752-77-5
53	涕灭威	Aldicarb	116-06-3
54	灭线磷	Ethoprophos	13194-48-4
55	内吸磷	Systox	8065-48-3
56	硫环磷	Phosfolan	947-02-4
57	氟唑磷	Isazofos	42509-80-8
58	乙酰甲胺磷	Acephate	30560-19-1

59	丁硫克百威	Carbosulfan	55285-14-8
60	乐果	Dimethoate	60-51-5
61	毒死蜱	Chlorpyrifos	2921-88-2
62	三唑磷	Triazophos	24017-47-8
63	丁酰肼 (比久)	Daminozide	1596-84-5
64	氟戊菊酯	Fenvalerate	51630-58-1
65	氟虫腈	Fipronil	120068-37-3
66	氟苯虫酰胺	Flubendiamide	272451-65-7

具体规则详情：

<https://rulechannel.alibaba.com/icbu?type=detail&ruleId=20001050&clid=1318#/rule/detail?ruleId=20001050&clid=1318>



# 关于销往欧盟地区植物保护商品和生物杀消商品管控规则

## 一、管控背景

根据欧盟《农药商品法规》(BPR) 以及植物保护商品法规的管控要求，阿里巴巴国际站对于销售欧盟的农药类商品【植物保护产品（PPP）和生物杀消产品（BP）】只允许商品在平台展示，不可在线交易。

## 二、管控范围

1、植物保护产品（PPP）一般指用于保护作物的农药类商品。其主要涉及的平台管控类目为：

Chemicals>Agrochemicals>Rodenticides

Chemicals>Agrochemicals>Plant Growth Regulator

Chemicals>Agrochemicals>Fungicides

Chemicals>Agrochemicals>Herbicides

Chemicals>Agrochemicals>Other Agrochemicals

Chemicals>Agrochemicals>Pesticides



# 关于销往欧盟地区植物保护商品和生物杀消商品管控规则

## 二、管控范围

2、生物杀消产品（BP）指含有一种或多种活性物质的制剂，以通过化学或生物手段对有害生物进行消灭、防止、施加控制等。出于对产品性能及人体健康的考量，该类商品一般受到高度监管。

其主要管控品类包括：

- ①消毒剂：包括人体及动物杀菌消毒剂、食物及饮用水消毒、其它用于设备及物体表面的消毒剂等；
- ②防腐剂：产品储存过程中的防腐剂、薄膜防腐剂、木材防腐剂、纤维、皮革、橡胶和聚合材料防腐剂、建筑材料防腐剂、液体冷却和加工系统的防腐剂、杀虫剂、工作液或切削液防腐剂等；
- ③害虫防治：灭鼠剂、杀鸟剂、灭螺剂、杀虫剂和控制其他无脊椎动物的产品、杀鱼剂、杀虫剂、杀螨剂和控制其他节肢动物的产品、驱虫剂和引诱剂、控制其他脊椎动物等；
- ④其他杀生物产品：比如防污产品：用于控制船舶、水产养殖设备或其他水中结构上的污垢生物(微生物和高等形式的植物或动物物种)的生长。防腐和动物标本剥制液：用于人、动物尸体及其部分的消毒、保存。



# 禁止向美国销售带绳窗帘规则

## 一、背景

根据美国带绳窗帘产品国家标准（ANSI/WCMA A100.1-2018），为了减少儿童被窗帘的绳子伤害的风险，阿里巴巴国际站将禁止向美国地区售卖带绳窗帘的商品，包含不限于：带可接触帘绳的窗帘、带绳的百叶窗等。

## 二、管控范围

1. 任何一侧带有超过22厘米可触及拉绳的有绳窗帘；
  2. 任何一侧带有周长超过44厘米环路拉绳的有绳窗帘；
  3. 任何两侧带有超过20厘米拉绳和/或周长超过44厘米环路拉绳的有绳窗帘；
  4. 存在其他人身安全潜在风险，不符合该类商品相关合规要求的商品；如小部件、重金属超标等。
- 存在上述人身安全潜在风险，不符合商品安全相关要求的商品，禁止售往美国市场。



# 「市场治理」：保证商品信息真实有效

## 虚假商品信息及商家有责规则升级

# 「市场治理」——保证商品信息真实有效

## 构建底线思维，像治理“酒驾”一样治理虚假信息问题

治理范围：虚假价格、虚假MOQ、不按约定发货、随意涨价、成交不卖等

处罚问题商品

限流->下架->删除



处罚店铺

限制发品->降权/扣分->关店



# 虚假商品信息及商家有责规则解读

**(一) 虚假不诚信行为——发布虚假价格、虚假最小起订量 (MOQ)、虚假SKU、虚假库存商品和成交后涨价，不按照约定履约等弄虚作假违背诚信的行为**

**订单创建前的虚假行为包括但不限于：**

- ✓ 商品的发布价格区间与同行业同类商品市场价格相比相差甚远
- ✓ 商品发布价格极低，运费明显过高
- ✓ 实际收取的运费比发布的商品运费高
- ✓ 滥用SKU设置功能，发布偏离正常价格的高价或低价的SKU
- ✓ 虚报最小起订量 (MOQ) 等虚假商品信息行为

**订单创建后的虚假（商家有责）行为**

**包括但不限于：**

- ✓ 产品无库存——商家缺货
- ✓ 以运费过低、单价和MOQ不正确等理由要求买家额外加价——产品涨价、运费涨价、供应商涨价或者增加运费等
- ✓ 其他违背承诺的行为——未按照约定时间发货、未按照约定方式/地址发货等



# 虚假商品信息及商家有责规则解读

## (二) 管控方式升级

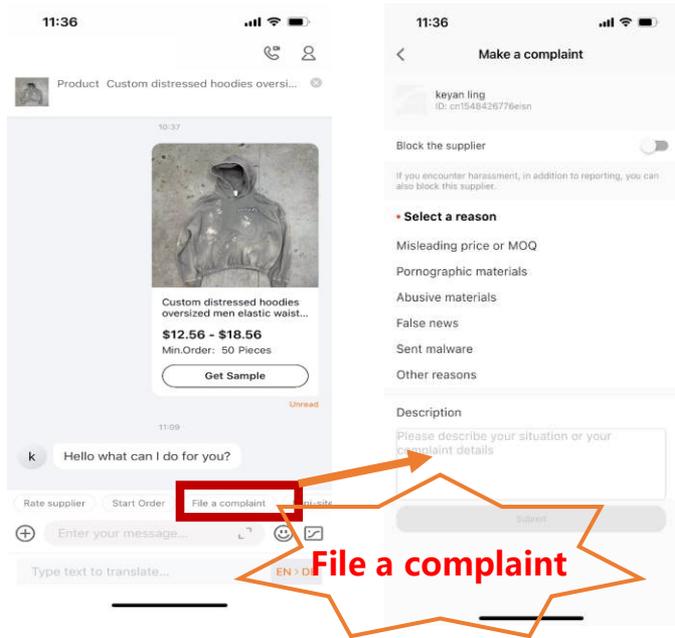
平台主动发现、受理买家投诉、平台询盘巡检等

## (三) 规则核心升级内容

违规阶段	违规场景	违规程度	处罚措施
订单创建前 (按照虚假价格)	发布商品阶梯价, 高起批超低价格作弊, MOQ作弊等	轻	商品雷达14天限时整改 <b>下架</b> , 整改期自然流量屏蔽
	首次实锤虚假 (买家询盘投诉虚假/平台询盘巡检虚假)	中	商品雷达14天限时整改 <b>删品</b> , 14天自然流量屏蔽
	2次及以上实锤虚假 (买家询盘投诉虚假/平台询盘巡检虚假)	重	商品雷达14天限时整改删品, 14天自然流量屏蔽 店铺扣 <b>6分</b> , 店铺降权 <b>7天</b>
订单创建后 (按照违背承诺)	首次“商家有责”违规	轻	限制发品 <b>7天</b> , 问题商品降权 <b>7天</b>
	2次及“商家有责”违规	中	限制发品 <b>7/14天</b> , 店铺降权 <b>7/14天</b>
	恶劣违规情况	重	店铺 <b>扣分、关闭账户</b> 等措施

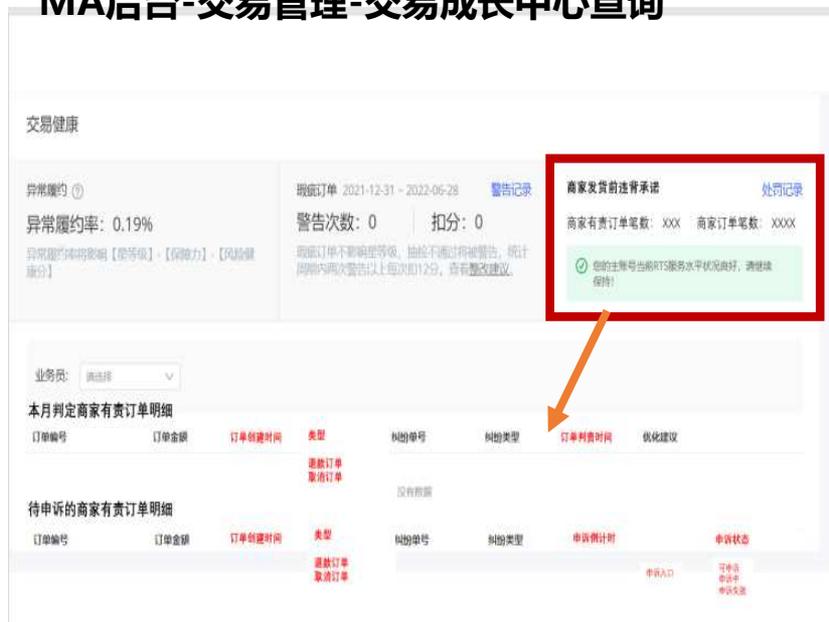
# 虚假商品买家投诉入口和商家有责订单查询方法

## 虚假商品买家沟通投诉入口已上线



\*订单侧买家投诉入口规划中待上线

## MA后台-交易管理-交易成长中心查询



\*商家MA后台展示图最终以实际产品上线为准

每位商家需严格遵守平台规则，一起守护平台健康、诚信的交易环境！

全网发布会

# 行动点

## 1、虚假商品信息自查自纠：

- ✓ 严肃对待发品，新品发品时必填项，SKU对应的价格、MOQ、运费等等逐一认真填写，避免被虚假模型命中
- ✓ 立即自查全店商品在价格、MOQ、SKU、库存、运费等方面的严肃性，涉及违规尽快修改
- ✓ 进入“产品诊断中心”查看严重违规商品，并尽快进行修改优化

## 2、商家有责合规行动点

- ✓ **纠纷退款发生前：**做好店铺商品管理和维护、加强订单发货周期管理，避免因商家责任引起买家纠纷退款，导致纠纷退款订单数、有责纠纷率超标后触发平台处罚条件，影响店铺权益！
- ✓ **纠纷退款发生中：**
  - 1) 关注纠纷退款订单的退款原因，若退款原因有误应提醒买家更改，仲裁后修改退款原因无效；
  - 2) 请主动与买家协商重新选择退款原因（升级仲裁前买家可以修改退款原因）；
  - 3) 商家责任下，也可主动与买家协商，争取买家谅解、撤销纠纷。
- ✓ **纠纷退款发生后&平台预警**
  - 1) 商家可以通过MA后台-交易管理-交易成长中心查看月商家有责订单数/月,总和的订单数/月。
  - 2) 查看商家有责订单，反查问题商品，该商品是否有其他订单可能涉及纠纷退款、下架或修改

每位商家需严格遵守平台规则，一起守护平台健康、诚信的交易环境！

全网发布会



# 行动点——具体规则及操作指导

扫码或直接复制链接查看规则解读及操作指南

链接地址：<https://www.yuque.com/liling-d8owo/mqmrq8/qqmyy6>



商品信息滥发违规处罚规则  
(含虚假商品处罚规则)



# 国际站商品质量检测升级

——发布产品/修改产品新增检测项



# 目录

## 分享内容

1. 升级背景
2. 升级总结
3. 升级利益点
4. 升级操作指引



# 升级背景

产品2022年8月19-24日分批上线，以实际上线时间为准

## 产品信息质量分

产品信息质量



当前产品信息质量极佳，符合确定性商品表达，利于搜索排序和买家体验，请继续保持！



### 买家采购体验需求升级

- 买家画像：零售买家占比高
- 更顺滑、确定性的采购体验



### 商品成长模型重要输入

- 潜力品作为商品力模型升级第一步
- 潜力品包含先验内容表达、履约行为



### 聚焦商品信息真实表达

- MOQ | SKU | 属性表达真实
- 打击虚假行为

面向对象：仅中国大陆商家（不含港台、GGG商家）

升级节奏：预计2022.8.19-8.24分批发布上线，以实际上线时间为准



# 升级总结

产品2022年8月19-24日分批上线，以实际上线时间为准

## 升级点

- RTS品/询盘品新增商品确定性、真实性要素表达内容
- 点击检测球后，确定性要素检测项前有“\*”展示

升级前 Ready to Ship	升级后 Ready to Ship
产品类目	产品类目
基本信息	基本信息
产品详情	产品详情
交易信息	交易信息
物流信息	<p><b>物流信息 (新增2个子项)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>核心10国运费都可计算</li><li>核心10国需全部配置到货保障线路 (by行业)</li></ul> <p>核心10国: 美国、加拿大、英国、澳大利亚、新西兰、法国、德国、荷兰、意大利、西班牙</p> <p>核心10国到货保障排除类目: 成人用品、纯电类目</p>
-	<p><b>通用服务/能力 (新增)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>配置定制服务</li></ul>

产品信息质量

4.1分  
重新检测

当前产品确定性表达不足, 为非确定性商品, 将影响搜索排序及买家体验, 请及时优化!

- 产品类目
- 基本信息
- 产品详情
- 产品详情描述质量不佳
- 交易信息
- 物流信息
- 通用服务/能力
- 未配置定制服务

常见问题

升级前 Customization	升级后 Customization
产品类目	产品类目
基本信息	基本信息
产品详情	产品详情
交易信息	<p><b>交易信息 (新增)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>FOB区间价设置为阶梯价或SKU价 (by行业)</li></ul> <p>备注: SKU价预计8月底/9月初上线</p>
物流信息	物流信息
-	<p><b>通用服务/能力 (新增)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>支持样品服务 (by行业)</li><li>支持定制服务 (by行业)</li></ul>

产品信息质量

1.7分  
重新检测

当前产品信息质量较差, 为非确定性商品, 将严重影响搜索排序及买家体验, 请及时优化!

- 产品类目
- 基本信息
- 产品详情
- 交易信息
- 产品价格不合理
- 物流信息
- 通用服务/能力
- 未配置定制服务
- 未配置拿样服务

# 升级利益点

产品2022年8月19-24日分批上线，以实际上线时间为准

升级前



升级后



- 质量分分档、检测球颜色重新划分：只有**4.2分及以上 (绿色)** 才符合商品确定性表达

权益点

- ✓ 获取更多搜索流量和商机
- ✓ 严肃买家精准商家匹配
- ✓ 升级潜力品基础门槛 (商品力模型)
- ✓ 助于商家星等级升星
- ✓ 有资格参加大促/行业营销活动

# 升级操作指引

产品2022年8月19-24日分批上线，以实际上线时间为准

基本信息 商品描述 交易信息 物流信息 特殊服务及其它 目标国家/地区偏好

4

发货运费参考

以下运费是基于产品的最小起订量尺寸或重量计算

从中国发货的运费缺失: 33个核心国家运费无法计算, 不明确运费将影响产品在对应国家的展示排序 <查看补充建议>

收起全球运费预览 <

最小起订量尺寸 1CM³ 最小起订量毛重 1KG 最小起订量发货时间(天) 1

中国大陆 < > <只看运费无法计算> <只看未支持到货保障>

国家/地区	运费是否可计算	到货保障是否配置	操作
美国 核心	✘ 运费不可计算	✘ 未配置到货保障	物流详情 运费优化
加拿大 核心	✘ 运费不可计算	✘ 未配置到货保障	物流详情 运费优化
英国 核心	✘ 运费不可计算	✘ 未配置到货保障	物流详情 运费优化
法国 核心	✘ 运费不可计算	✘ 未配置到货保障	物流详情 运费优化
德国 核心	✘ 运费不可计算	✘ 未配置到货保障	物流详情 运费优化
意大利 核心	✘ 运费不可计算	✘ 未配置到货保障	物流详情 运费优化
西班牙 核心	✘ 运费不可计算	✘ 未配置到货保障	物流详情 运费优化
荷兰 核心	✘ 运费不可计算	✘ 未配置到货保障	物流详情 运费优化
澳大利亚 核心	✘ 运费不可计算	✘ 未配置到货保障	物流详情 运费优化

3

请配置核心十国地区运费  
请配置核心国家/地区到货保障

产品信息质量

1

1.7分  
重新检测

当前产品信息质量较差, 确定性表达严重不足, 将严重影响产品自身排序及买家搜索, 请务必及时优化!

产品类目 < >

基本信息 ✘

产品属性未填写完整, 或重复堆砌 ✘

产品详情 ✘

产品详情描述质量不佳 ✘

交易信息 < >

物流信息 ✘

✘ 德国, 澳大利亚, 英国, 意大利, 新西兰, 法国, 美国, 加拿大, 荷兰, 西班牙运费不可计算

✘ 德国, 澳大利亚, 英国, 意大利, 新西兰, 法国, 美国, 加拿大, 荷兰, 西班牙未配置到货保障

通用服务/能力 ✘

✘ 未配置定制服务

2

1

进入发布产品/修改产品页面, 填好产品信息后, 点击右上角质量检测球, 查看待优化项

2

选中一条待优化项, 左侧编辑内容可直接锚点到相关位置

3

查看详细优化内容提示

4

进入相关锚点版块, 进行调整优化

5

优化后请点击重新检测, 查看产品信息质量分

# 答疑通道

产品2022年8月19-24日分批上线，以实际上线时间为准

## 产品信息质量检测球升级教程指引

手机端

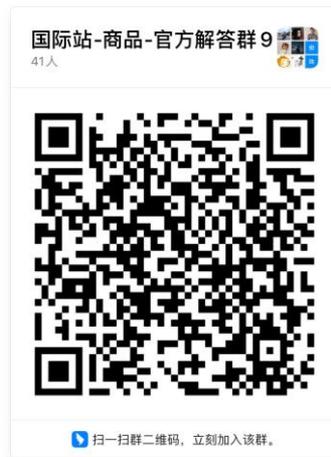


请使用钉钉扫码查看

PC端

[点此链接](#)

## 钉钉群-国际站-商品-官方答疑群



群号：44725162



# 国际站销售方式升级

--新增 **“按箱卖”** 销售方式



# 目录

## 分享内容

1. 项目背景
2. 买家展示
3. 商家要求
4. 操作步骤



# 为什么要做按箱卖

发品端于2022.8.9开始陆续上线，预计8月底前完成九个行业的商家发品端全部上线

## 商业机会发现：

- **买家会“多买”来降低成本且海外买家有量贩心智：**据买家调研显示买家会为降低成本提升利润而购买更多，同时买家表示会详细计算售价；
- **通过组货可降低件均物流成本提升时效：**轻小件商品单件低但单件运费高，易造成运费和单价倒挂影响买家体验，同时小包线路虽价格低但时效差，所以组货售卖使用快递可降低件均成本提升物流时效

### 买家价值

- **更简单：**小买家/新买家能够更便捷地找到合适的交易方式，让采购过程更简单
- **更便宜：**中大型买家批量采购，利润空间更大，货运方式更便捷
- **更透明：**专业买家按件/箱的报价方式使价格更透明，高效采购

### 卖家价值

- **按销量做营销：**提供更高量级的售卖单位，提升单笔订单中买家的采购数量，获得更高销售额；
- **经营成本更低：**按箱节省商家经营成本；
- **运营效率更高：**减少无效询盘，针对不同层级的买家差异化承接

进阶新的产品售卖形式  
从“按件/按批卖”到“按箱卖”



# “按箱卖” 在买家端的展示



——示意图（实样样式以线上为准）

预计2022年10月，买家可在前台看到按箱售卖的产品展示，并可进行按箱下单。



Ready to Ship ①

仅限Ready to ship品可设置

Wholesale Men's Shirts Designs For Polo-  
Neck Fast Dry Polo Shirt Men

Sample available

★★★★★ 5.0 (10 reviews) · 14 orders

By piece

By carton 7% OFF

增加了by carton（按箱买）的切换TAB  
TAB上突出按箱售卖的折扣

1 carton=10 pieces

**\$93.00**

\$9.30/piece

Min. order: 1 carton

**\$89.00**

\$8.90/piece

10+ cartons

**\$82.00**

\$8.20/piece

50+ cartons

增加了按箱买的价格，商家可自行设置按箱的阶梯（建议1箱起）  
买家可看到按箱买折算的件单价（建议商家设置“按箱卖”的件单价低于“按件卖”）

Shipping fee from \$30.00/carton (\$3.00/piece)

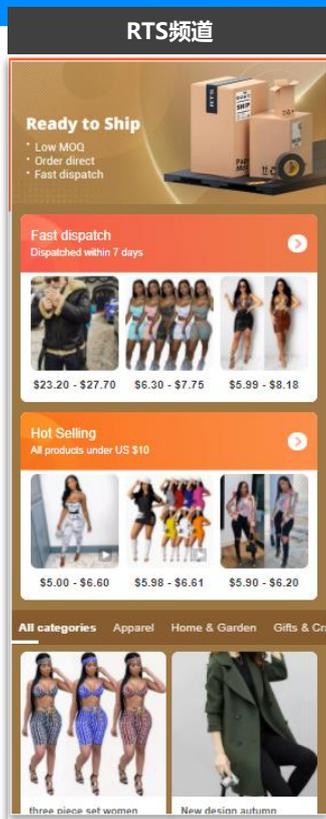
物流分按箱和按件两个物流价格给到买家参考



# 按箱卖的场景权益

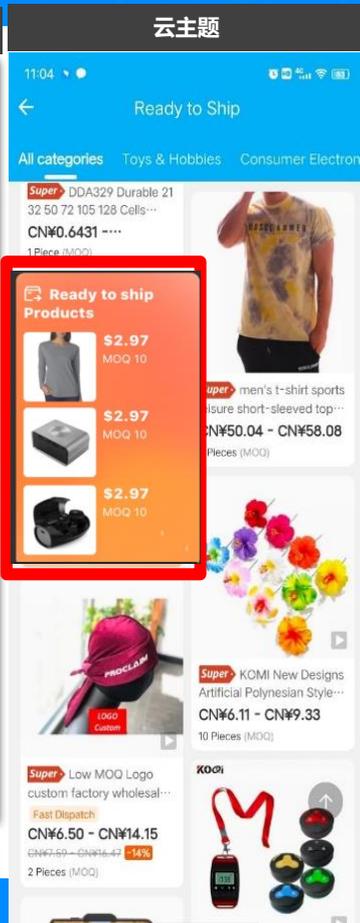
## RTS频道场景

在RTS频道投放“按箱卖”的专场活动  
参与方式：系统自动圈选已配置按箱售卖商品



## 搜索云主题

在国际站搜索页展示的“按箱卖”的主题场景  
(根据行业类目偏好定向展示)  
系统圈选



## 站内PUSH

每月圈选按箱卖商品，按行业纬度进行APP PUSH推送



预计9月买家端展示上线后，按箱卖专属资源位陆续开放

# 按箱卖适合什么样的商家配置

- 1、一期暂只开放九个一级行业（预计9月后逐渐开放全量行业）：  
Apparel、Home & Garden、Sports & Entertainment、Luggage, Bags & Cases、Shoes & Accessories、Fashion Accessories、Toys & Hobbies、Furniture、Vehicles & Transportation
- 2、店铺有在售卖的RTS品且设置了完善的箱规
- 4、商家针对不同偏好买家有按件和按箱差异化报价的能力
- 5、建议商品为抛货类商品

- **自动圈品**：按箱卖活动专区，采用圈品的方式，商家设置按箱卖的商品，系统将自动抓取店内满足活动要求的商品进入活动专区。
- **自动更新**：专区升级后，系统每日更新圈品池。满足条件的商品会被自动抓取，修改信息导致不符合条件的商品会被自动清退。

## 活动圈品规则

- 1、商品设置了**按箱卖**
- 2、产品成长分**≥60分**
- 3、符合平台按时发货和纠纷率等要求，且不在处罚期的商家商品

具体类目见9月后，公布的场景圈品规则



# “按箱卖”配置入口

必须是Ready to ship商品才可配置

产品类型  Ready to Ship  Customization

我已阅读如下规则，现在发布产品

进入“产品发布页面” - “交易信息”

新增“升级销售方式”：勾选“按箱卖”  
(按箱卖非必选，商家请根据自身售卖需求选择)

\* 计量单位 Piece/Pieces

基础销售方式  按件卖  按批卖

\* 价格设置  根据数量设置价格

阶梯价	* 最小起订量 (Piece/Pieces)	* 产品价格 (Piece/Pieces)		预览 (计量单位: Piece/Pieces)
	<input type="text" value="10"/> 10件	US \$ 10 10件等于\$100	<input type="checkbox"/>	10 ~ 19 US \$ 10
	<input type="text" value="20"/> 20件	US \$ 9 20件等于\$180	<input type="checkbox"/>	20 ~ 29 US \$ 9
	<input type="text" value="30"/> 30件	US \$ 8 30件等于\$240	<input type="checkbox"/>	≥ 30 US \$ 8

新增价格区间 (可设置不超过4个区间价格)

升级销售方式  按箱卖

点击  可进入“按箱卖”发品手册了解详细教程

\* 规格设置 [添加或关联规格](#)

仓库类型  本地仓库  海外仓 (美国)

阿里海外仓 (美国)

国家/地区

# 如何配置“按箱卖”

## 新增箱规

## 关联箱规（支持修改）

## 设置按箱卖阶梯价格



## 新增箱规

点击进入“关联箱规”弹框，如无箱规需先“新增箱规”

- **箱规名称**：自定义，用于区分不同箱规(易懂、易区分)
- **准确填写规格信息**，物流价格根据体积、空箱重量、箱规可装最大的商品数量进行计算及商详页面展示。

长\*宽\*高为包装后外箱的尺寸。

### 箱规格设置时注意要点：

- 1) 箱子规格应为最终发货时外箱包装的规格
- 2) 系统将根据箱规格计算买家需要支付的运费
- 3) 卖家按配置的箱规格打包发货，可实现买卖家运费无差异或差异最小



# 如何配置“按箱卖”

## 新增箱规

## 关联箱规（支持修改）

## 设置按箱卖阶梯价格

### 关联箱规

选择按箱卖必须选择一个箱柜并进行关联（只能选择一个），选择后物流价格根据具体规格信息计算，请准确填写

### 修改关联

点击修改关联，可对已选关联箱规进行修改，或更换其他箱规进行关联

关联箱规 + 新增箱规 ×

箱规名称	长(cm)*宽(cm)*高(cm)	空箱重量(kg)	箱规可装最大商品数量 (件)
<input checked="" type="radio"/> 3号标准3层 ID: 438004	43*21*27	0.01	<input type="text" value="20"/>
<input type="radio"/> 大号 ID: 468007	100*100*50	8	-
<input type="radio"/> test100 ID: 438002	100*10*10	0.1	-
<input type="radio"/> 345 ID: 330001	3*3*4	4	-
<input type="radio"/> 10号 ID: 303001	100*100*100	30	-
<input type="radio"/> testbyzp6 ID: 254001	1*1*1	0.1	-
<input type="radio"/> testbyzp5 ID: 255001	1*1*1	1	-
<input type="radio"/> testbyzp4 ID: 190003	1*1*1	1	-
<input type="radio"/> testbyzp3 ID: 190003	1*1*1	1	-

取消 确认

\* 箱规格设置 3号标准3层: 长\*宽\*高 43cm x 21cm x 27cm | 空箱重量 0.01kg | 箱规可装最大商品数量 (件) 20件

[修改关联](#)

# 如何配置“按箱卖”

## 新增箱规

## 关联箱规 (支持修改)

## 设置按箱卖阶梯价格

✓ 填写的产品价格为**装箱里的单件价格**  
“按箱卖”设置的阶梯价格，会展示在在商详页面 “By carton” 中 (商详页预计2022-10上线)

✓ **按箱卖的单件价格不得高于按件卖的单件价格**，  
否则报错，需重新设置

\* 价格设置  根据数量设置价格

阶梯价

* 最小起订量 (Piece/Pieces)	* 产品价格 (Piece/Pieces)	预览 (计量单位: Piece/Pieces)
≥ 10 10件	US \$ 10 10件等于\$100	10 ~ 19 US \$ 10 20 ~ 29 US \$ 9 ≥ 30 US \$ 8
≥ 20 20件	US \$ 9 20件等于\$180	
≥ 30 30件	US \$ 8 30件等于\$240	

新增价格区间 (可设置不超过4个区间价格)

升级销售方式  按箱卖

\* 箱规格设置 3号标准3层: 长\*宽\*高 43cm x 21cm x 27cm | 空箱重量 0.01kg | 箱规可装最大商品数量 (件) 20件  
[修改关联](#)

\* 按箱售卖阶梯价

* 最小起订量 (箱)	* 产品价格 (Piece/Pieces)	预览 (计量单位: Piece/Pieces)
≥ 1 箱 20件	US \$ 8.5 1箱含20件商品 (\$8.5/件), 1箱总价\$170	20 ~ 39 US \$ 8.5 ≥ 40 US \$ 7
≥ 2 箱 40件	US \$ 7 2箱含40件商品 (\$7/件), 2箱总价\$280	

新增价格区间 (可设置不超过4个区间价格)

此处详细展示箱规内的商品数量、商品单价、商品总价，请仔细核对。

\* 计量单位 Piece/Pieces

基础销售方式  按件卖  按批卖

\* 价格设置  根据数量设置价格

阶梯价

* 最小起订量 (Piece/Pieces)	* 产品价格 (Piece/Pieces)	预览 (计量单位: Piece/Pieces)
≥ 10 10件	US \$ 10 10件等于\$100	10 ~ 19 US \$ 10 20 ~ 29 US \$ 9 ≥ 30 US \$ 8
≥ 20 20件	US \$ 9 20件等于\$180	
≥ 30 30件	US \$ 8 30件等于\$240	

新增价格区间 (可设置不超过4个区间价格)

升级销售方式  按箱卖

\* 箱规格设置 3号标准3层: 长\*宽\*高 43cm x 21cm x 27cm | 空箱重量 0.01kg | 箱规可装最大商品数量 (件) 20件  
[修改关联](#)

\* 按箱售卖阶梯价

* 最小起订量 (箱)	* 产品价格 (Piece/Pieces)	预览 (计量单位: Piece/Pieces)
≥ 1 箱 20件	US \$ 10 单件商品必须≥ \$9/(Piece/Pieces)	≥ 20 US \$ 10

新增价格区间 (可设置不超过4个区间价格)

此处一箱为20件，必须小于按件卖MOQ=20时的单件价格\$9

**“按箱卖”发品手册**  
钉钉扫码了解详细教程



加入“按箱售卖”钉钉群  
及时反馈相关问题，了解最新资讯！

钉钉扫码进入 **“按箱卖-商家沟通反馈群”**



扫一扫群二维码，立刻加入该群。



# 【大评价】体系介绍及权益详解

Reviews/Comments

---



# 目录

## 分享内容

- 1、商家为什么要重视运营Reviews/Comments
- 2、站内运营Reviews有什么好处和权益
- 3、如何自运营Reviews /Comments
- 4、商家钉群及Q&A



# 商家为什么要重视Reviews/Comments

## 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 they 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

## 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”

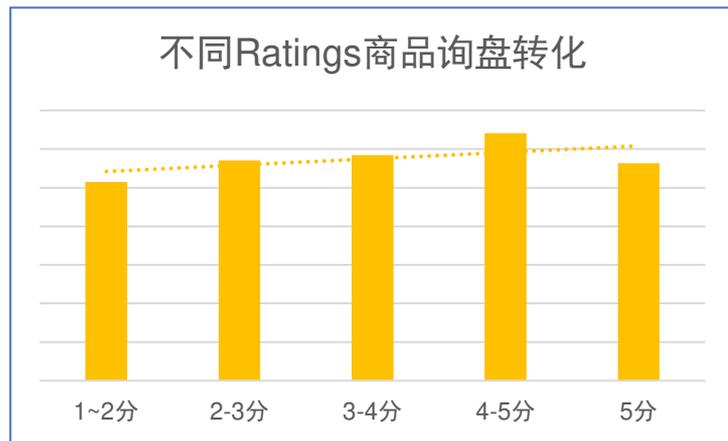
“XXX上有很多评价，虽然说评价也有水份，但当看到一个商品有上千条好评的时候就会觉得很安心。可是国际站的评价比较少”

# 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

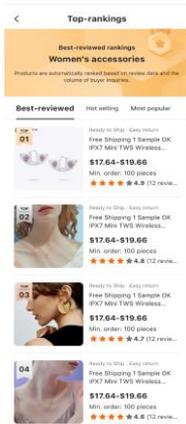


- 1、同为有交易的商品，有Reviews沉淀的商品比没有Reviews的商品询盘转化具有非常明显的优势；
- 2、同为有Reviews的商品，询盘转化随着Ratings的提高而提高，评价分数为4-5之间的商品询盘转化为峰值也是分水岭。被评价为5分的商品，询盘转化率反而会下降比较明显。这点也与第一页来自美国西北大学Spiegel Research Center的研究结论一致。



# 站内运营reviews有什么好处—专属权益

## 权益一 榜单：商品好评榜

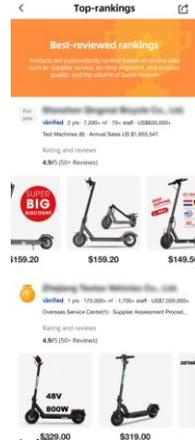


9月1日上线

- ✓ 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

详细规则最后一页扫码白皮书获取

## 权益二 榜单：商家好评榜

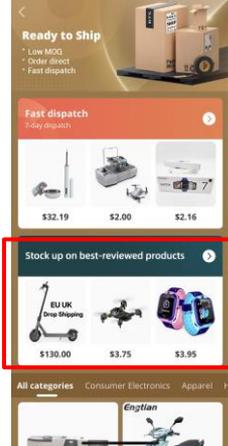


10月初上线

(以实际上线时间与内容为准)

- ✓ 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

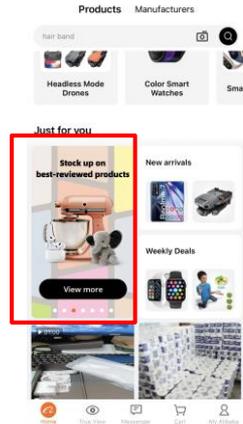
## 权益三 RTS频道固定专属楼层



9月1日上线Stock up on best-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
- ✓ 排序规则：千人千面

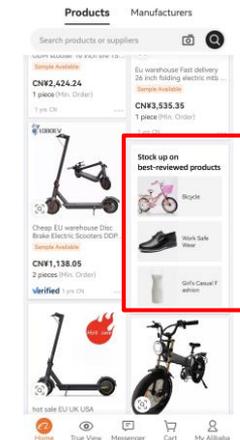
## 权益四 每月首焦营销活动



10月为第一场，每月一场，每次一周 Stock up on best-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
- ✓ 排序规则：千人千面

## 权益五 搜索推荐云主题



10.18日上线Stock up on best-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
- ✓ 排序规则：千人千面

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

预计9月初上线，具体以实际为准，以下为示意图

## 一、APP端搜索list商品卡片上展示 reviews条数—提升搜索点击转化



Delivery by 8/11  
Amazon Hot Sale baby rattle teether Custom

**\$4.90-\$6.07**

Shipping per piece:

\$14.00

Min. order: 200 pieces

4 orders

Verified 2 yrs **★ 23 reviews**

## PC端搜索list展示reviews条数、分数、关键词已上线



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

Long Sleeve Maxi Dress Floral Print

CN¥31.83

+CN¥162.50 (shipping)

1 piece (MOQ)

4 yrs

★ 4.6 (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

CN¥13.55

20 pieces (MOQ)

Verified 14 yrs

★ 4.7 (54) "fast delivery"

Contact Supplier

Chat Now

compare

## 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

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\*\*\*y

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

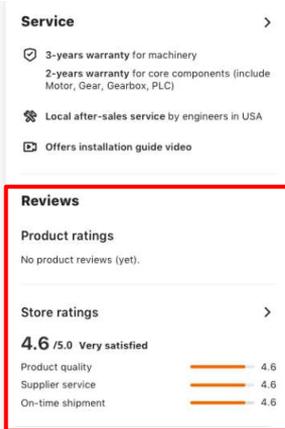
Product quality 4.6

Supplier service 4.8

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

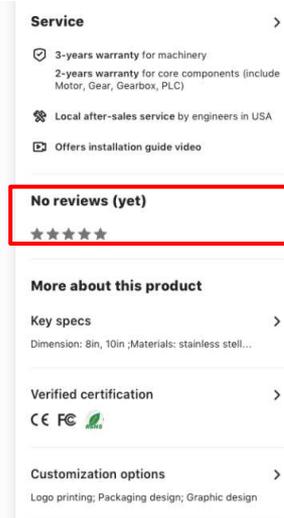
More about this product

Key specs

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

Verified certification

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

Inspired picks

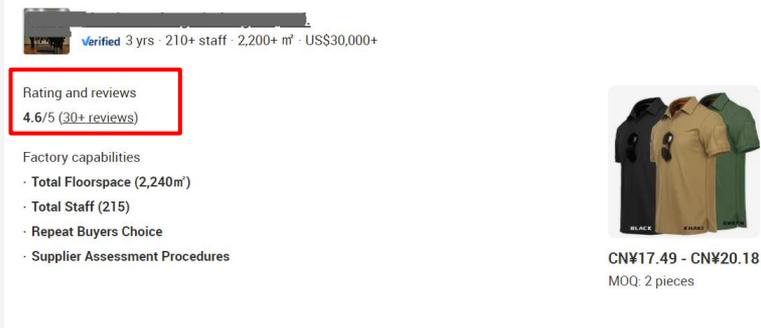
与商品和店铺都有reviews的商详首屏和腰部相比，商品和店铺都没有reviews的商详内容饱满度较差，无任何参考信息给到潜在买家，不利于询盘转化

全网发布会



# 站内运营reviews有什么好处—专属差异化展示

## 三、已上线：找工厂PC端频道-rating and reviews

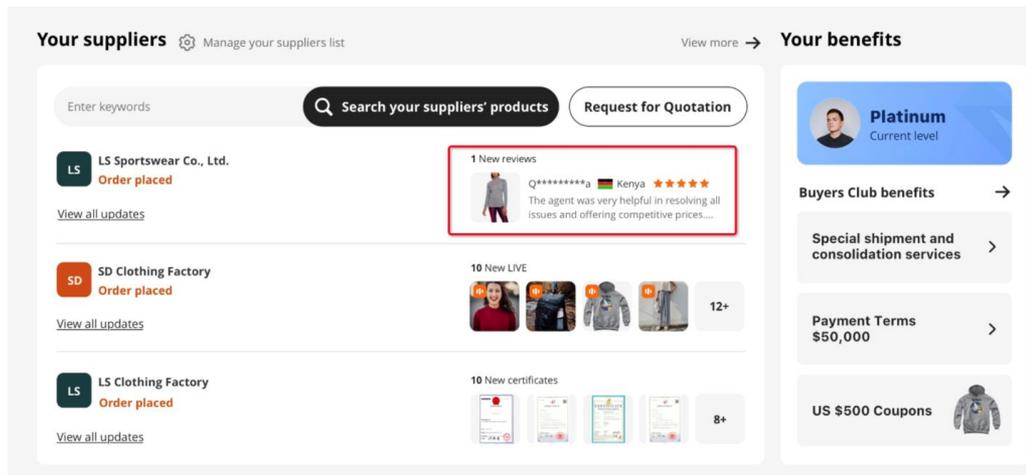


找工厂PC频道商家list中，公司名下方最显著的位置展示店铺

Rating and reviews

## 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，预计9月上线)



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。

全网发布会

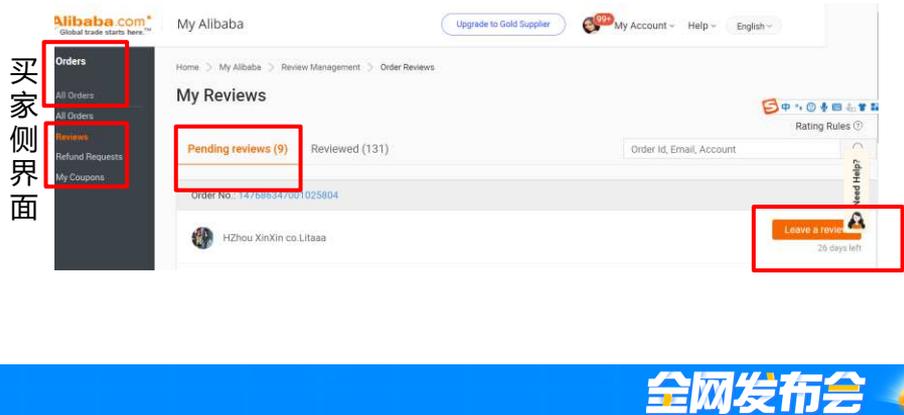
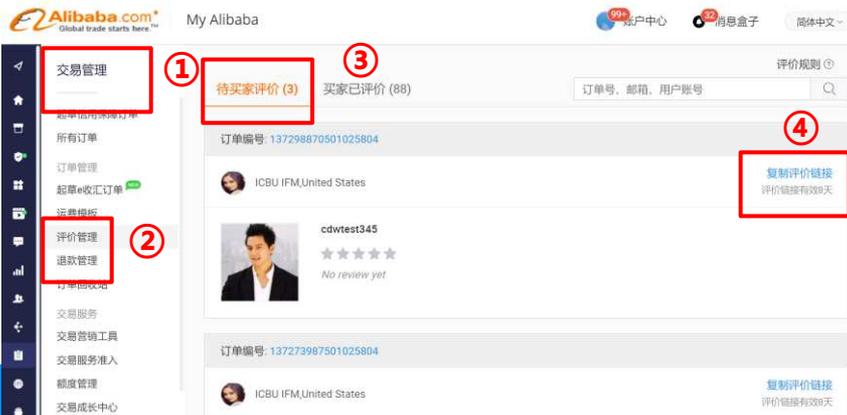
# 如何自运营reviews

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
- ✓ **如果商家在合作结束后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；
- ✓ 商家时刻关注物流动态，**买家收货后**，业务主动询问买家对商品质量等的感受，同时**可配以店铺优惠券、复购折扣优惠等，发送“评价链接”给买家**（**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），或者是告知买家欢迎留下评价（路径：买家My Alibaba —Orders—Reviews—Pending Reviews）**热忱邀请买家不只是给一个评分，而是邀请买家从商品质量/拿样体验/物流可靠性/卖家生产专业性等国际站买家关注的评价内容进行留评，提升商详转化！**



# 商家钉群及白皮书

## 正在做的项目预告：

买家留评维度和引导 优化-----开发中

评价因子加入商品力模型-----规划中

**全链路请活跃买家留下comments，并在商详透出---开发中预计9月上线**



大评价体系 商家钉钉群



微信/钉钉扫码获取评价白皮书，欢迎订阅  
Q&A部分可直接点语雀查看  
后续关于reviews和comments的第一手内容同步



# 大促客户运营作战攻略

---

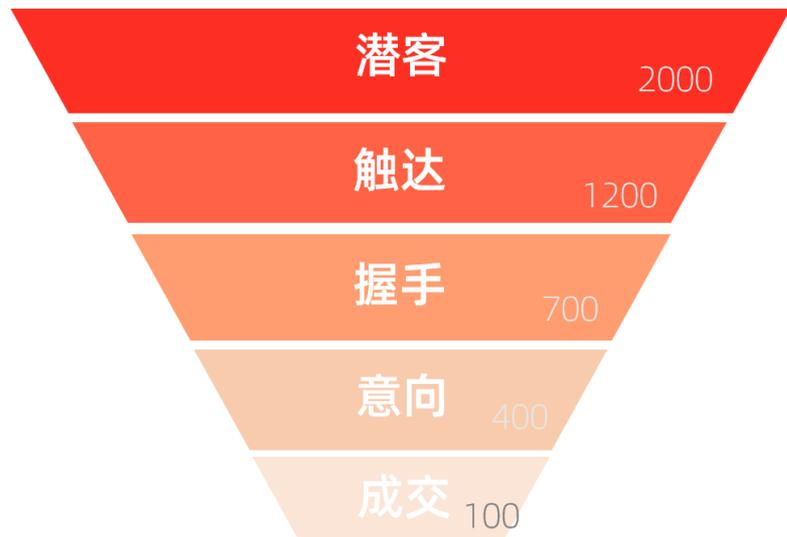


## 分享内容

1. 客户运营链路概览
2. 存量站内激活
3. 站外社交营销获新
4. 9月大促客户运营作战图



# 什么是客户运营



B2B客户运营=客户**关系**运营

维护老客户成本=开发新客户的**1/5**

**看清买家**，定位高质量目标买家

**主动营销**，做大客户规模



# 客户运营营销链路图

对谁?

什么渠道?

用什么内容?

效果如何?

## 客户分析

### 买家身份



### 买家行为

近X天来访次数  
近X天浏览商品数  
近X天下订单数

### 买家偏好

行业偏好  
国家偏好  
人群偏好

### 买家资质

L0 L1 L3 L4  
+ 3 4

## 客户运营周期

### 潜客

网站活跃 | 高质量



### 触达

EDM | 站内信营销



### 握手

有营销回复



### 意向 (AB3)

深度沟通

客户引入

## 渠道建设

### 存量激活-客户通

#### EDM

每天200封免费邮件

#### 站内信

每天20个买家营销名额

#### 粉丝

交换名片

### 站外拉新-SNS

#### SNS智能分享

- 产品/短视频分享
- 营销海报自动生成
- Facebook/LinkedIn同步分享

## 内容中心

### 模板

产品/视频模板  
大促专属模板  
企业实力模板 (待上线)  
自定义模板 (待上线)

### 主题

新品发布  
蓝海趋势  
低价拿样

### 内容形式

图文

短视频

直播

## 效果中心

买家浏览

买家点击

买家回复

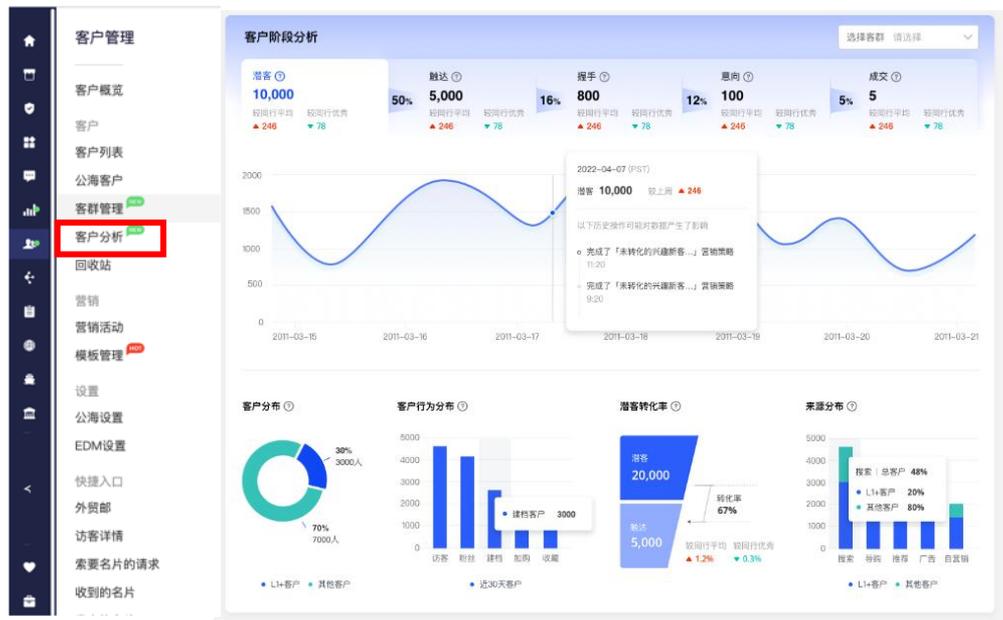
买家回访

# 存量激活篇



# 看清客户—全店客户分析

操作路径：My Alibaba-客户管理-客户分析（新）



L1+客户打标，精准识别优质买家

客户运营周期分层，客户画像分析

各层级转化关系，瞄准转化薄弱环节，提升转化率

同行数据对比，我比别人好/差多少

\*实际功能以线上为准（金品商家可用）

# 看清客户—客群管理

操作路径：My Alibaba-客户管理-客群管理

Alibaba.com® Global trade starts here™ My Alibaba

业务 成长 账户 99+ 客户中心 67 消息盒子 简体中文

## 客群管理

最新功能 | 帮助文档 | 客户通商学院 公司名称/官网/联系人姓名/邮箱

客群最新更新时间: 2019-04-09 13:32:20

新建动态客群 新建固定客群

- 最近一个月曝光客户**  
最近一个月曝光客户 1374  
定向营销 创建时间: 2019-04-09  
分析洞察
- 店铺星级客户**  
店铺星级客户 185  
定向营销 创建时间: 2019-04-09
- 最近询盘客户**  
最近询盘客户 195  
定向营销 创建时间: 2019-04-09
- 手机配件询盘客户**  
手机配件询盘客户 1898  
定向营销 创建时间: 2019-04-09
- 欧美发达国家客户**  
欧美发达国家客户 475  
定向营销 创建时间: 2019-04-09
- 高价值客户**  
店铺成交2单以上客户 10  
定向营销 创建时间: 2019-04-03

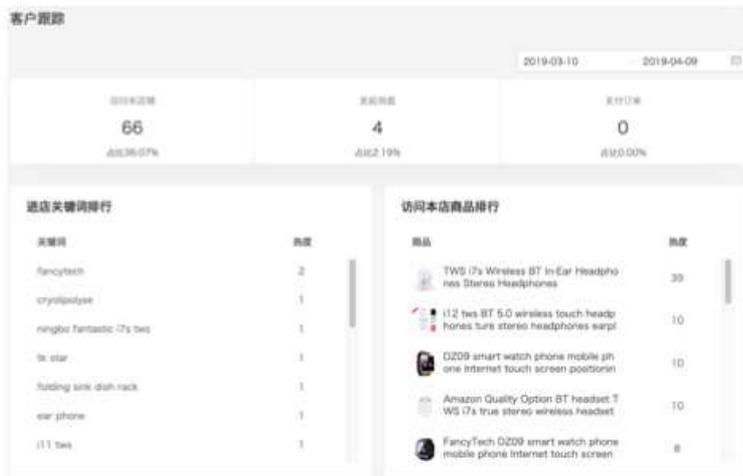
## 针对重点客户建立客群进行分析:

- ✓ 店铺粉丝
- ✓ 最近询盘客户
- ✓ 网站近7天/30天/90天活跃客户
- ✓ 近60天邮件已读未点击客户

\*实际功能以线上为准 (新人群金品商家可用)

# 看清客户—客群分析

操作路径：My Alibaba-客户管理-客群管理-分析洞察



通过“客户跟踪”，你可以了解客户组在本店的活跃度和关注点。比如，本店什么商品，进店关键词是什么。



通过“客户全网偏好”，你可以了解任一组客户在全网关注的搜索词和商品品类。比如在拓展店铺商品品类时，你可以基于该功能来选择。

# 营销/转化客户-EDM营销

精准圈客一键触达

操作路径1: My Alibaba-客户管理-客户营销(新)

以前:

只可圈店内活跃客户, 不知客户网址行为, 不知客户资质情况

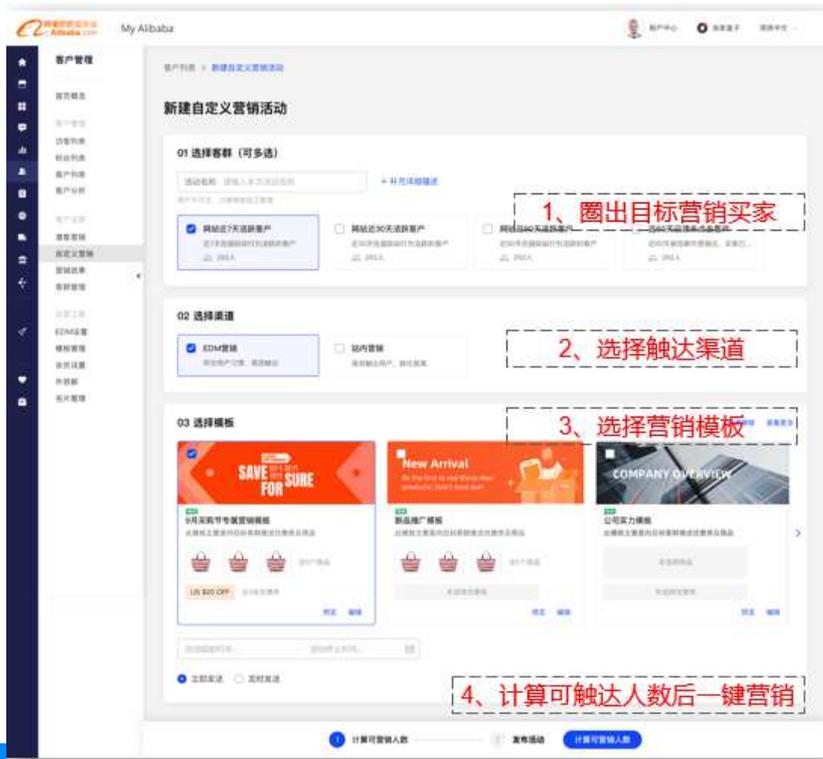
邮件营销后效果分析困难, 营销为一次性动作

现在:

网站近7天/30天/90天活跃客户一目了然

近60天邮件已读未点击客户, 二次触达高效转化

大促专属模板一键套用, 提升客户转化率



\*实际功能以线上为准(金品商家可用)

全网发布会

# 营销/转化客户-EDM营销

## 大促专属模板

**SAVE 30% OFF**  
**FOR SURE**

Hi [Jenny],

It is my honor to write an email to you for potential business opportunities about our products xxx. This is xxx from xxx Company, which is a professional manufacturer of xxx products with more than 20 years experience.



Shoe Sport Spylux Ultra Jump Indoor Fitness...  
\$99.00 - \$888.00



Shoe Sports Shoes Factory Wholesale...  
\$99.00 - \$888.00



Hot sale brown rubber sole based running...  
\$99.00 - \$888.00



Shoe Sport Spylux Ultra Jump Indoor Fitness...  
\$99.00 - \$888.00



Shoe Sports Shoes Factory Wholesale...  
\$99.00 - \$888.00



Hot sale brown rubber sole based running...  
\$99.00 - \$888.00

[See all our products](#)

**\$20.00** Order more than \$1,000.00  
[Get Coupon](#)

## 新品专属模板

**New Arrival**  
Be the first to see these new products! Don't miss out!

Hi [Jenny],

It is my honor to write an email to you for potential business opportunities about our products xxx. This is xxx from xxx Company, which is a professional manufacturer of xxx products with more than 20 years experience.



Shoe Sport Spylux Ultra Jump Indoor Fitness...  
\$99.00 - \$888.00



Shoe Sports Shoes Factory Wholesale...  
\$99.00 - \$888.00



Hot sale brown rubber sole based running...  
\$99.00 - \$888.00



Shoe Sport Spylux Ultra Jump Indoor Fitness...  
\$99.00 - \$888.00



Shoe Sports Shoes Factory Wholesale...  
\$99.00 - \$888.00



Hot sale brown rubber sole based running...  
\$99.00 - \$888.00

[See all our products](#)

**\$20.00 OFF** Order more than \$1,000.00  
[Get Coupon](#)

## 公司实力模板

**COMPANY OVERVIEW**

**Shandong Yuancheng Renewable Resources Co., Ltd.**  
Shandong Yuancheng Renewable Resources Co., Ltd. specializes in exporting used clothes, shoes and bags to Africa, Southeast Asia, and the Middle East. Our factory covers an area of about 1000 square meters and has 50 employees.

CERTIFICATE	CAPABILITIES
ISO ROHS GMP GMPC LVD SRRC BRC	Quick Response Fast Delivery Customization Service Global Paper Purchase

**Company Album**



**Products**



Shoe Sport Spylux Ultra Jump Indoor Fitness...  
\$99.00 - \$888.00



Shoe Sports Shoes Factory Wholesale...  
\$99.00 - \$888.00



Hot sale brown rubber sole based running...  
\$99.00 - \$888.00



Shoe Sport Spylux Ultra Jump Indoor Fitness...  
\$99.00 - \$888.00



Shoe Sports Shoes Factory Wholesale...  
\$99.00 - \$888.00



Hot sale brown rubber sole based running...  
\$99.00 - \$888.00

\*实际功能以线上为准

全网发布会

# 站外获新篇



# 什么是SNS智能分享

「SNS智能分享」阿里巴巴国际站通过打通社交媒体平台（Linkedin、Facebook等），商家可以将国际站的内容（产品、视频、海报等）轻松自动分享到第三方社交媒体平台，用高质量的内容吸引社媒上的新买家、维护自己的老粉丝。

自己做SNS营销



我不知道买家喜欢什么产品

我不知道怎么做图

什么样的文案最能吸引买家？

已经搞了一个小时了，就这样发吧！



国际站SNS营销



按产品效果，主题推荐买家喜欢的产品

系统模板自动合成海报

默认文案参考

只花了五秒钟！**还免费**，效果好喜欢！



3亿  
月活



24亿  
月活



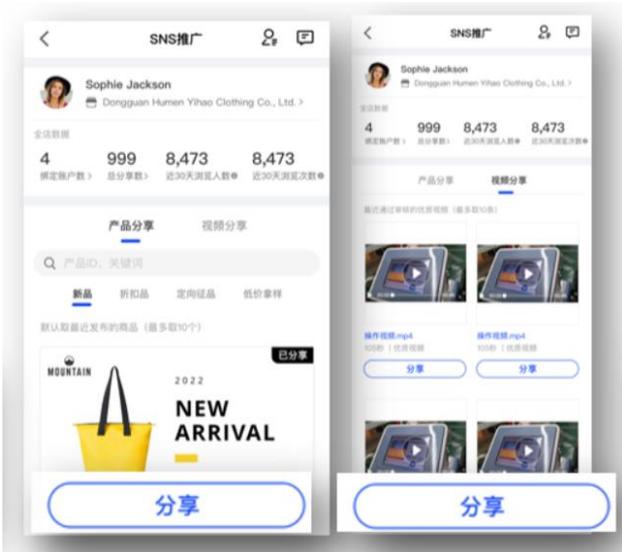
# SNS智能分享核心功能

手机端入口 (推荐): 阿里卖家首页卡片 - SNS智能分享

PC端入口: My Alibaba - 媒体中心 - SNS智能分享

## 产品视频, 一键分享

- 可分享产品/Trueview 视频



## 多模板海报, 一键合成

- 新品主题/定向征品主题/低价拿样主题
- 大促专属主题模板



## 多账号, 多平台, 一键同步

- Linkedin / Facebook 多账号同步
- Instagram(规划中)



# SNS智能操作指引-APP端

手机录屏，点击播放 ▶



## 第一步、阿里卖家首页找到SNS入口



SNS 智能分享

14133

总分享数

13

近30天浏览人数

分享更多内容有助于您获得更多流量

[立即分享](#)

## 第二步、绑定账号

先手机端下载应用，绑定账号时需保持 LinkedIn或Facebook 处于登录状态

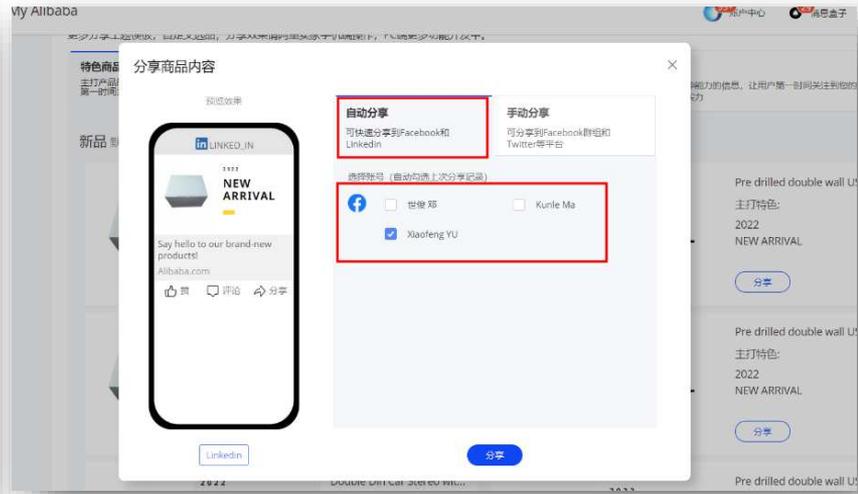
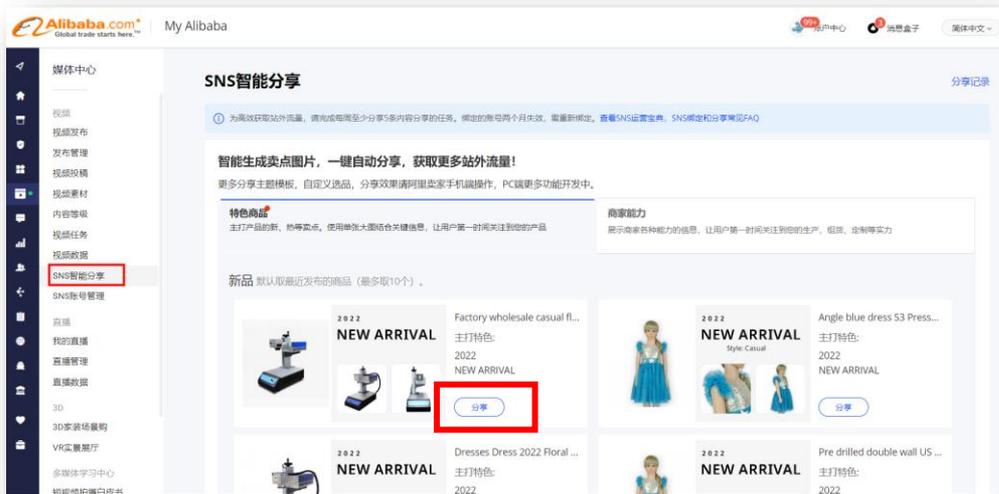


# PC端分享操作

入口：「My Alibaba」 - 「媒体中心」 - 「SNS智能分享」

**第一步：选择产品-点击分享**

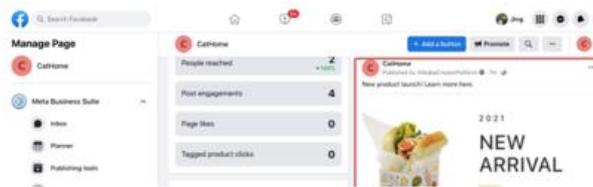
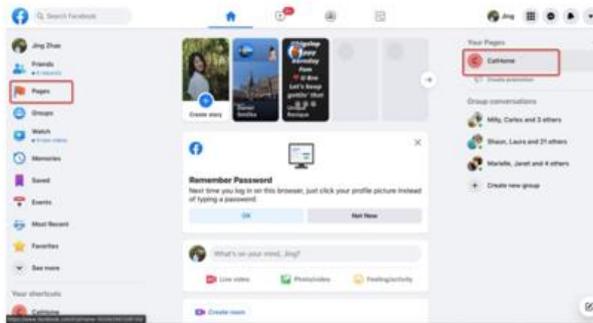
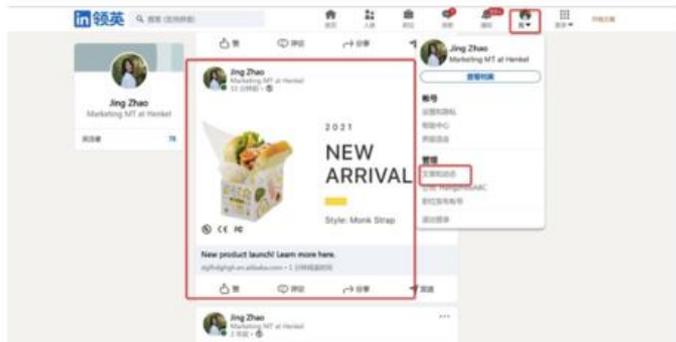
**第二步：自动分享-选择账号-分享**



# 查看分享后页面效果

## 登录LinkedIn/Facebook:

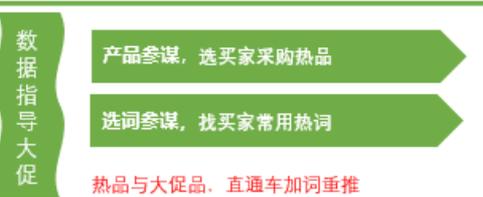
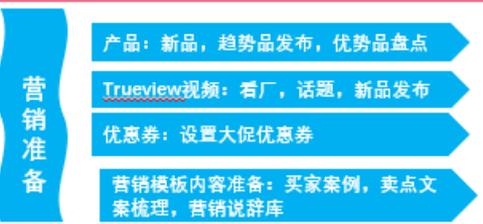
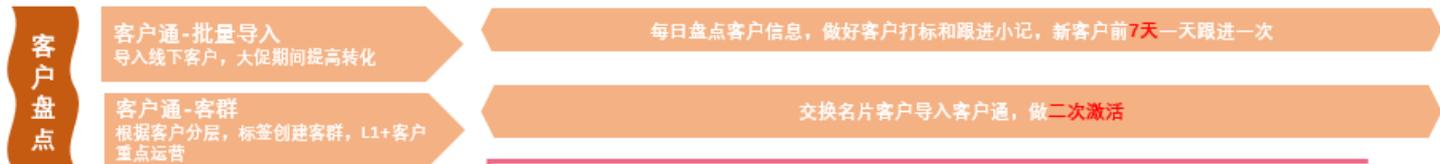
- 领英中国已变为领英职场，需要保障网络通畅，访问linkedin.com，不是linkedin.cn，路径：我的-文章和动态。
- Facebook进入公共主页（Pages）选择你的公共主页（不是个人主页）



# 9月大促客户运营作战图



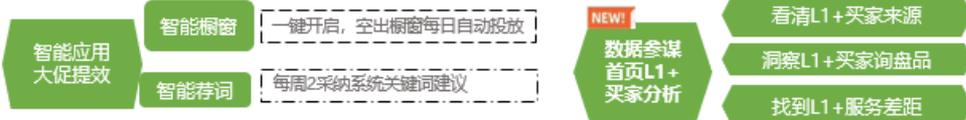
让流量留下来!



## 启动官方营销模板, 客户分层运营, 留住流量



数据大屏: 设定大促目标, 了解大促进展, 冲刺打榜, 看清L1+表现, 优化策略



借助数据, 高效智能辅助优化产品

围绕L1+买家, 拓展渠道, 优化产品, 提升服务

# 常见FAQ

## Q:为什么SNS绑定账号总是不成功?

A:可能出现以下情况:

- 1、未连接海外网络，绑定账号时需访问海外网络才可绑定成功。在绑定Facebook账号前，请保持Facebook处于登录状态。（只在绑定时，绑定成功后每次分享不需要）。
- 2、检查进入绑定的链接是否正确，要浏览器MA菜单进去或直接访问：<https://sns.alibaba.com/sns/bind>
- 3、手机端绑定时，Android 用户需手机上有安装 facebook app且facebook 处于登录状态。
- 4、连续绑定领英账号，添加账号时要确保Linkedin账号处于登出的状态，否则操作界面会提示：账号绑定失败请重试。（这时请马上登出linked in账号刷新SNS账号管理页面 再次操作即可。）

## Q:为什么分享总是失败? A:可能出现以下情况:

- 1、分享时网络不稳定，请断开FB网络,用本地网络分享
- 2、您FB未建公共主页，请解绑，建公共主页后重新绑定
- 3、您FB绑定时候未完全授权，请解绑，重新绑定时，授权步奏全部勾选

详细版操作攻略：<https://www.yuque.com/yuxiaofeng-eqfs2/ock4rc/qn7l7o#KQgpr>

钉钉扫描查看攻略



**SNS相关视频讲解系列课：请登录阿里卖家-阿里卖家头条搜索‘SNS’查看**



# FB防封手册

## 封号原因



## 账号安全措施



## FB常用链接

- Facebook 账号被封申诉链接 <https://www.facebook.com/help/185747581553788/>
- Facebook 帮助中心 <https://www.facebook.com/help>
- Facebook 广告发布政策 <https://newsroom.fb.com/>

\*网上资料仅供参考



如对讲解内容有疑问，请在**8.27**  
**(周六) 24:00前**扫码反馈，工作  
人员将于8月30-31日发文解答。



# 国际站商品私域自营销升级

——店铺新买产品功能上线



# 目录

## 分享内容

1. 为什么要做自营销?
2. 店铺新买-自营销买家端展示
3. 店铺新买-商家权益
4. 店铺新买-活动设置与推广



# 为什么做商家私域自营销?

产品已于2022年7月18日上线

## 您是否也面临如下问题?

- 访客转化差
- 店铺新客留不住, 难转化
- 盘活老客方式有限, 经营成本高
- 老客留存困难, 流失率高
- 店铺会员关系薄弱, 无有效方法召回
- 限时折扣、优惠券都是针对店铺所有人设置活动
- 通过重复铺品来获取流量

私域自营销: 直接与用户建联 · 用户分层运营 · 转化效率更高 · 可经营长期关系



## 自营销可以帮助店铺

### 优先展示

- 营销折扣商品公域优先展示

### 店铺引新

- 精准营销、询盘有礼、收藏有礼、潜客邀约、潜客挖掘

### 增加复购

- 老客复购、累计返利等

### 全店动销

- 限时促销、满优惠、优惠券等

# 店铺新客-自营销工具价值

产品已于2022年7月18日上线

## 对商家价值

推出针对「店铺新客」设置首单优惠，促进陌生客户的成交转化，策略性捕获新客，通过后续客户复购获取更多利润。

店铺新客户：近1年（365天）从来没有在店铺成交支付过1笔的客户。



## 访客快速变买家

### 专门针对新客户首单：

- ✓ 仅限新客户首单优惠
- ✓ “减多少”自己定
- ✓ 只做1次让利，捕获“大客户”
- ✓ 可选择“指定商品”参加活动



## 促进商品排名提升

### 新客及时成交建立关系对

- ✓ 一个买家可以与多店铺建立买卖关系对
- ✓ 新客户成交多了，会带动商品转化率提高，促进搜索排名提升

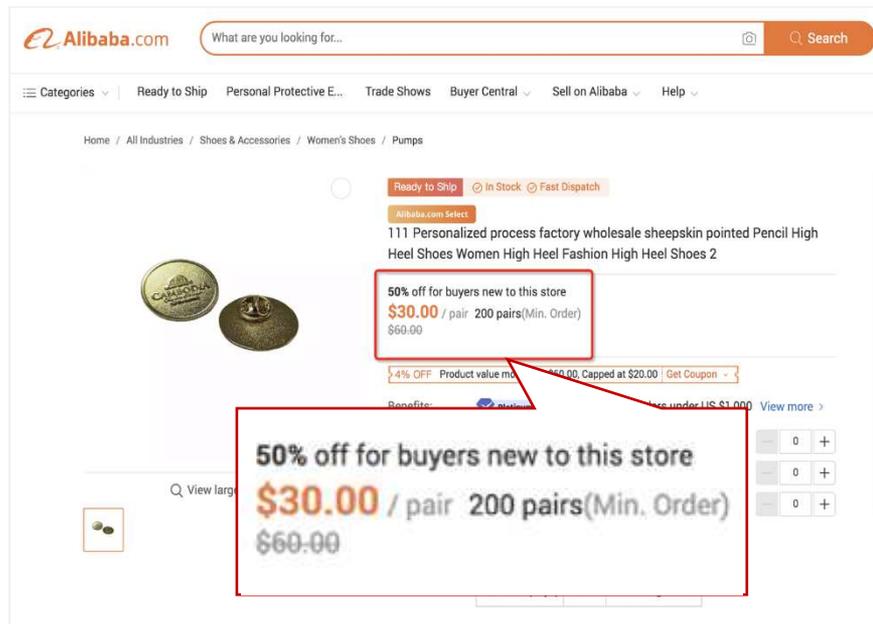


# 设置店铺新客买家侧展示效果

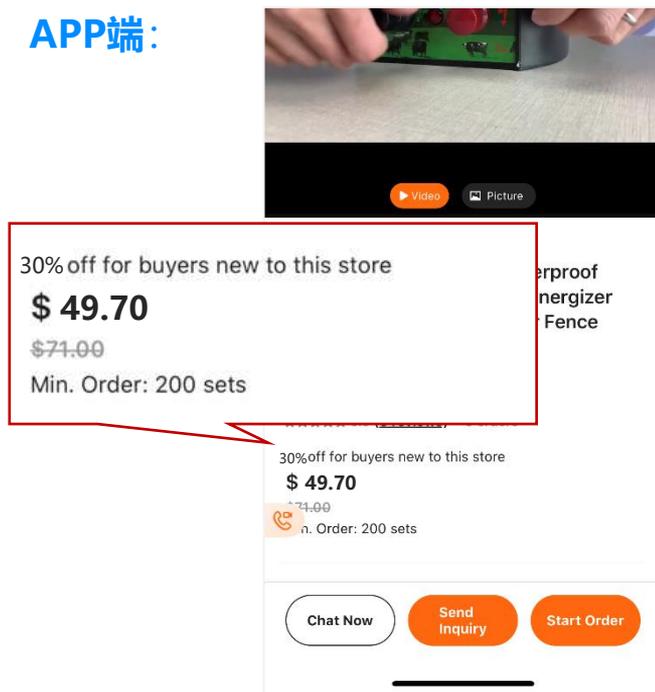
产品已于2022年7月18日上线

活动商品详情页，满足新客户条件的客户会看到优惠，老客户看不到权益展示。

## PC端：

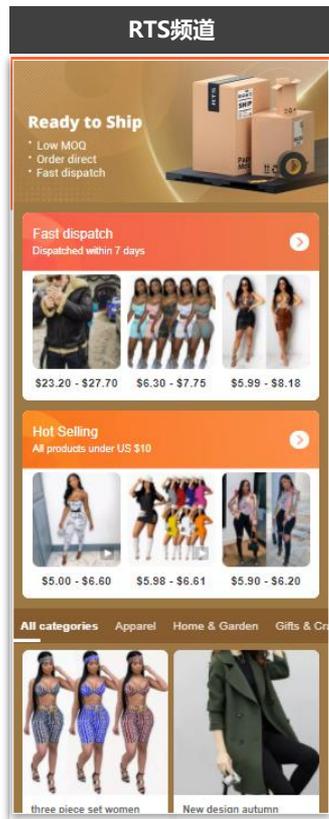


## APP端：



# 设置店铺新客的权益

产品已于2022年7月18日上线



## RTS频道场景

- 在 RTS 频道新增自营销楼层
- 参与方式：系统自动圈选，通过自营销赛马筛选各行业排名top商品

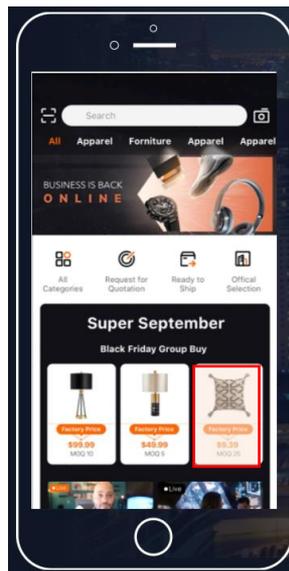


## 站内PUSH

- 每月根据RTS营销活动主题，向RTS偏好买家定向推送活动及行业热卖商品

## 更多公域场景

- 买家权益中心
- 国际站大促活动



# 商家如何设置店铺新客

产品已于2022年7月18日上线

Alibaba.com Global trade starts here.™ My Alibaba

99% 客户中心 消息盒子 简体中文

全部活动 > 新建活动

基本信息

- \* 活动名称: 店铺新客营销活动测试
- \* 活动时间: 2022-08-17 - 2022-08-19 (北京时间: 2022-08-17 15:00:00 - 2022-08-20 14:59:59)  
此处选择的时间为美国时间
- \* 活动人群:  所有人  店铺新客
- \* 优惠条件:  折扣

选择商品和优惠折扣

手动添加产品

商品描述	MOQ	价格 (USD)	活动库存	优惠方式	优惠后价格 (USD)	操作
11111111111111111111111111111111 5 L... 商品D:1600528949283	1	5500.00 - 5500.00	100 件	2 折	1100.00 - 1100.00	移除
Performance Circle Track Race Ca... 商品D:1600590539973	10	5.00 - 5.00	200 件	3 折	1.50 - 1.50	移除
A Beautiful Silk Dress for Bridesm... 商品D:1600587944192	5	1000.00 - 1000.00	300 件	4 折	400.00 - 400.00	移除

商品数量: 3 < 上一页 1 下一页 >

商品类型: 无国家/区域定价的RTS商品

- ① 电脑登录MA-营销中心-折扣营销-新建活动
- ② 选择“店铺新客”场景
- ③ 手工添加商品 (选择活动商品, 建议选择 优品/爆品推给店铺新买)
- ④ 设置活动商品的可售库存
- ⑤ 设置活动商品优惠方式

全网发布会

# 设置店铺新客如何推广

产品已于2022年7月18日上线

## 1 设置橱窗投放 (站内)

\*将自营销品投放到橱窗中，将有机会获得更多的曝光和商机

服务中橱窗(100) 待投放橱窗 未开通橱窗

全部负责人 请输入产品名称或ID 搜索 清除

添加产品 一键移除无效产品 批量移除 您共有 33 个服务中橱窗位, 67 个空橱窗位待添加, 0 个无效产品, 请及时替换。

序号	产品信息	产品成长分	曝光量	点击量	询盘	订单数	查看效果趋势	操作
1	 Smart Edit Product for rabbit not upgrade 质量分低于4分	51	27	0	0	0	查看效果趋势	优化 排序 替换 移除
2	 mp3 test aaa 质量分低于4分	54	147	4	1	0	查看效果趋势	优化 排序 替换 移除
3	 JinCui Decorate Test 11	66	0	0	0	0	查看效果趋势	优化 排序 替换 移除

## 2 交易营销工具 (站外: FaceBook, Twitter, LinkedIn)

\*将企业实力+自营销品等制作成营销海报，进行站外投放

交易营销工具

各渠道数据 新增昨日无数据 营销数据 新增昨日无数据 数据详情

总计访问人数 46 相对上周 -69

总计访问次数 115 相对上周 +10

制作营销海报 使用教程

选择实力数据 选择商品信息 选择优惠信息 选择模板

选择你想要展示的实力数据, 推荐不少于5项

基础信息

一级行业 Machinery ON 二级行业 Plastic & Rubber Processing Machinery ON

外贸年限 4 ON

交易实力 当前版



店铺新客教程指引请查看

手机端



请使用钉钉扫码查看

PC端

[点此链接](#)

钉钉群-国际站-自营销官方商品沟通群



群号：44848521



优质买家获取4A方法论 **预解读**

**正式视频2022.8即将推出**





全新课程形式

01

提纲早知道

02

精彩内容速览

03



# 01 全新课程形式



# 国际站小二共同打造优质买家运营4A方法论

2022.8.1 L1+标识透出后，预见到商家会咨询「如何获取更多L1+买家」

邀请买家侧、商家侧和各业务线专家，围绕买卖视角、数据和操作层面  
三人圆桌形式，10节课，向商家阐述优质买家运营的Why、How& How-To

买家侧专家

商家侧专家

各业务负责人

分析

识别

激活

扩展

ANALYSE

ACCESS

ACTIVE

AMPLIFY

# 国际站小二共同打造优质买家运营4A方法论

阿里巴巴国际站 Alibaba.com 优质买家获取

正在讲述 数据参谋L1+买家分析



印天

国际站数据参谋负责人

## 什么是L1+买家运营4A方法论

Analyse	Access	Active	Amplify
<ul style="list-style-type: none"><li>L1+买家占比</li><li>国家渠道分布</li><li>搜推热词分析</li><li>终端地域分析</li><li>商机接待分析</li></ul> <p>参谋看清L1+群像并引导行动</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>访客详情</li><li>RFQ报价</li><li>沟通列表</li><li>客户通列表</li></ul> <p>借助商家工具识别L1+</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>访客详情-访客营销</li><li>RFQ报价-专业回复</li><li>商机沟通-分配&amp;回复</li><li>客户通-分组&amp;二次召回</li></ul> <p>借助商家工具激活L1+</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>L1+买家场景-商家报名</li><li>广告-国家&amp;终端定投</li><li>大促-大促报名参与</li></ul> <p>拓展L1+买家</p>

优质买家获取4A方法论：

分析画像Analyse  
识别买家Access  
激活买家Activate  
获取更多Amplify

# 02 提纲早知道



# 课程纲要速览

## • 引言

国际站为什么做买家分层

## • L1+ 优质买家运营方法论-详解

优质买家获取4A方法论概述

STEP 1 ANALYSE 分析

STEP 2 ACCESS 识别

STEP 3 ACTIVE 激活

方法1：洞察L1+访客行为，主动营销

方法2：借RFQ主动出击，把握优质买家

方法3：优质接待服务促成商机转化

方法4：识别私域L1+客户，精准客户运营

STEP 4 AMPLIFY 扩展

方法1：参与国际站公域L1+买家专属场景

方法2：借助广告主动触达更多L1+买家

方法3：参与大促接触更多L1+买家

课纲主要围绕：

- 1) 国际站为什么做买家分层
- 2) 数据参谋L1+买家专项分析、访客营销/客户通圈选二次召回、RFQ定向获取和服务大买家、通过广告和场景获取更多L1+等

# 03 精彩内容速览



# 精彩1：买家侧专家讲述大买家接待案例

阿里巴巴国际站  
Alibaba.com

优质买家获取

正在讲述

国际站为什么做买家分层

「海外买家零距离」

## 由采购自用成为分销渠道的塞浦路斯大买家



潜岳

国际站买家分层运营项目负责人

买家背景

注册于：  
2010年5月

国别：  
塞浦路斯

采购产品：  
家居家具

买家身份：  
金标买家，通过上传银行流水完成金标认证，公司位于塞浦路斯，有线下店铺，主要从事家居家具类销售，年销售额近八百万欧元

买家洞察

买家初期想要为自己的仓库采购一台叉车，故在国际站寻源采购，但商家优质的服务吸引买家扩充销售品类，成为了商家的分销商

商家服务特征

- 回复专业，给买家多种选择：商家详细专业的回复询盘问题，一针见血，并提供两种的产品方案和两种物流方案供买家按需选择
- 即时响应，按需调整：由于买家细节的疏忽导致已完工的叉车需要修改货架，虽然改起来费时耗力，但商家依然爽快答应并配合调整，且无需定金仅需追加尾款即可，买家十分感激
- 完善的售后服务：买家首次在中国采购大型叉车设备，不熟悉塞浦路斯清关要求，出现各种状况（缺少CE证书/ED声明/监测报告等），商家的业务人员几乎都是秒回了买家，协助其顺利通关

在商家优质的服务力驱使下，首单在询盘后一周内付定金，并自收到首单后又下了两单复购单，更重要的是该买家愿意做为分销商，售卖该商家的产品

关键解读

在B2B贸易中全链路服务好买家不仅能收获一个新客户，还可能获得一个新渠道；金标买家不仅通过线上交易数据还通过线下贸易流水、海关数据等方式严肃验真；优质的服务力是驱动买家转化及留存的关键

商家回复专业并提供多种选择：

- 产品:The 850kg skid steer loader is USD17xx with Chinese engine... with Japanese engine, price is USD20xx FOB china
  - 运费:the shipping cost to Limassol port is USD 17xx,by 20ft container... by LCL shipment the price is USD11xx
- If pls let me know which way you prefer to?

买家对商家的服务力点赞并要求分销：

- You are so professional
- You are a star
- It is for our manager can you do a better price? We are going to show it to customers. Please sent me a PI on Alibaba

开篇买家小二解读真实大买家案例，让你深度理解买家分层含义

# 精彩2：数据方法剖析L1+买家画像

阿里巴巴国际站  
Alibaba.com

优质买家获取

正在讲述

数据参谋L1+买家分析

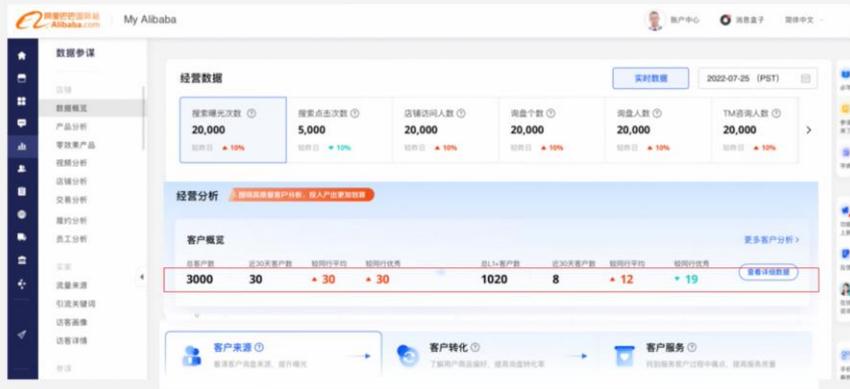
STEP1: ANALYSE 分析

## 数据参谋L1+买家分析，看清来源/转化和服务



### 印天

国际站数据参谋负责人



\*实际功能以线上为准

## 数据参谋负责人 数据剖析L1+买家画像

# 精彩3：各业务负责人讲解L1+买家激活技巧

阿里巴巴国际站  
Alibaba.com

优质买家获取

正在讲述 洞察L1+访客行为，主动营销

## STEP3: ACTIVE 激活

### 技巧1：数据参谋/数据分析，找到可营销L1+访客，了解其采购偏好，及时营销



## 印天

国际站数据参谋负责人

访客	国家及地区	浏览次数	停留时长	全站偏好关键词	旺铺行为	店铺行为	操作
D2207311	Indonesia	2	30s	yoga mat yoga mat bag size	浏览页面6	立即营销	添加相似访客
D2207298	Philippines	2	30s	yoga mat yoga mat bag size	浏览页面17	立即营销	添加相似访客
D2207291	USA	1	3s	oackley auto oackley	浏览页面74	立即营销	添加相似访客
D2207281	USA	1	11s	yoga mat	浏览页面41	立即营销	添加相似访客

查看近30天全站偏好词

查看买家访问的本店产品

查看买家所在国家

## 数据参谋负责人，解读L1+访客激活技巧

# 精彩3：各业务负责人讲解L1+买家激活技巧

阿里巴巴国际站  
Alibaba.com

优质买家获取

正在讲述 借RFQ主动出击，把握优质买家



闫琪

国际站RFQ业务负责人

STEP3: ACTIVE 激活

## 商机&商家分层解读

严肃买家扩盘

报价时效确定性 | 比价工具

站内买家激活

买家权益体系拉动

买家主动营销

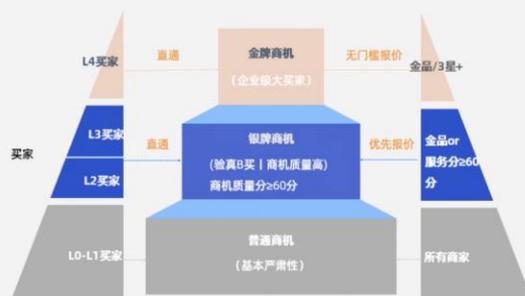
EDM邮件营销、通知营销、主题大促

站外千万B买引流

线下展会、站外Leads采买  
企业级招投标

市场精准分层匹配

金银牌商机分层 | 相关商机推荐 | 行业化模板



商家实力数字化



- 企业级大买家：指金标买家，以及通过阿里巴巴国际站在线交易订单（包括信保订单和收汇订单）线上年采购额≥17万美金的买家，年营业额≥100万。
- 商机质量分：基于买家订单量、买家严肃度、买家活跃度、内容完善度综合衡量RFQ商机质量的评估模型分。
- 服务分：衡量商家（公司资质）在RFQ市场综合表现的指标，本月月底服务分决定下个月成长权益。

RFQ业务负责人，讲解借助RFQ主动出击获取L1+买家技巧

# 精彩3：各业务负责人讲解L1+买家激活技巧

阿里巴巴国际站 | 优质买家获取

正在讲述

优质接待服务促成商机转化

STEP3: ACTIVE 激活

「买家选商」 买家青睐“诚信”，“回复高效专业”，“提供差异化卓越服务”的商家



苏希

国际站商机沟通负责人



商机沟通负责人，解读L1+买家沟通接待技巧

# 精彩3：各业务负责人讲解L1+买家激活技巧

阿里巴巴国际站  
Alibaba.com

优质买家获取

正在讲述 识别私域L1+客户，精准客户运营

## 优质买家运营

STEP3: ACTIVE 激活



B2B客户运营=客户关系运营

维护老客户成本=开发新客户的1/n

看清买家，定位高质量目标买家 主动营销，做大客户规模

看清优质买家

跟进优质买家

营销优质买家

客户列表打标L1+

买家画像分析

买家动态实时更新

公海优质买家推荐

优质买家流失预警

3天未沟通优质买家

优质买家圈选

触达渠道建设

精准营销内容转化



婉渔

国际站客户运营负责人

客户管理负责人，解读私域L1+买家识别运营技巧

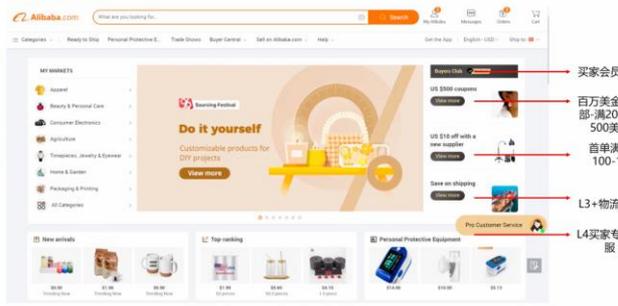
# 精彩4：双视角解读L1 + 买家专属活动

阿里巴巴国际站 优质买家获取

正在讲述 国际站买家活动分层介绍

STEP4: AMPLIFY 扩展

「买家动线」L4买家视角的买家分层-首页



潜岳  
国际站买家分层运营项目负责人

阿里巴巴国际站 优质买家获取

正在讲述 国际站买家活动分层介绍

国际站买家分层权益大图



郎玥  
金品诚企买家侧运营小二

买家侧专家介绍买家链路，商家侧专家介绍活动参与条件及时间

# 精彩5：借助广告和大促获取更多L1+买家

阿里巴巴国际站 Alibaba.com 优质买家获取

正在讲述 借助广告主动触达更多L1+买家

## 方法2：借助广告主动触达更多L1+买家

STEP4: AMPLIFY 扩展

信颖  
国际站效果广告运营

## 方法4：参与大促接触更多L1+买家

STEP4: AMPLIFY 扩展

效果广告专家，介绍借助广告主动触达更多L1+买家

# 方法论视频 预计2022年8月底全新推出

详细内容，会以《优质买家获取》方法论视频形式呈现

预计2022年8月底陆续推出

届时会在数据参谋后台、外贸云课堂、阿里卖家头条上线，敬请期待！



# 大促备战服务/工具 & 9.9元店铺诊断



# 9月大促 备战利器

## 精选三方服务/工具助您全链路备战

### 活动一：精选三方服务9月大促钜惠

提效工具 年度钜惠

**倚天剑**  
智能产品管理  
GEMELSOFT 全球领先

选品 找词 爆款 发品工具

深圳市政元软件有限公司

原价：¥1888/年  
限时：¥999/年

点击购买 >>

**店小宝**  
多平台复制搬家  
选品找词 批量发品  
运营管理一站式工具

深圳市店小宝网络科技有限公司

原价：¥1688/年  
限时：¥999/年

点击购买 >>

**新外贸机器人**  
大数据选品 智能发品

深圳市点石成金科技有限公司

原价：¥1799/年  
限时：¥999/年

点击购买 >>

精选模板1元起

**汽车汽配**  
汽车汽配汽车零件轮胎  
新黄页深域PC模板X

深圳市点石成金科技有限公司

原价：¥1/张  
限时：¥98/张

点击购买 >>

**电子产品**  
电子家电数码配件周边  
耳机通用深域PC模板X

深圳市点石成金科技有限公司

原价：¥1/张  
限时：¥98/张

点击购买 >>

**日用百货**  
日用百货小商品  
厨房卫浴家居用品  
深域PC模板X

深圳市点石成金科技有限公司

原价：¥1/张  
限时：¥98/张

点击购买 >>

外籍主播代播 打造精品直播间

**全球主播**  
帮您轻松触达海外买家

杭州星美科技有限公司

现价：¥2700  
原价：¥6000

点击购买 >>

**找我们！**  
普通州修斯  
专业外贸主播

嘉兴帮你说信息科技有限公司

现价：¥7650  
原价：¥9000

点击购买 >>

**直播代播**  
采购节精品  
寄样直播

辽宁博盈科技有限公司

现价：¥3199  
原价：¥3999

点击购买 >>

代运营：专业省心

**珠海尚德网络科技有限公司**

一月一付 直通车代播	一月一付 国际站运营	一月一付 国际站运营
直通车代播 ¥800 起	一月一付国际站运营 ¥1650 起	大搜单国际站运营 ¥988 起
查看详情 >>	查看详情 >>	查看详情 >>

**北京网发美莱电子商务有限公司**

<b>直播</b> 高端定制	<b>直播</b> 直播运营	<b>直播</b> 直播运营
直播运营 ¥4800 起	直播运营 ¥5800 起	直播运营 ¥4500 起
查看详情 >>	查看详情 >>	查看详情 >>

### 活动二：全网发布会当天 1元工具秒杀

- 11点：批量发品工具1元秒杀，限量300张
- 14点：修图扣图、一键详情工具1元秒杀，限量100张
- 15点：直通车智能出价，打爆款利器，限量300张
- 16点：RFQ报价小工具，精准挖掘商机，限量100张



扫码进群参与秒杀  
了解更多活动详情

注：以上活动面向中国大陆国际站商家，每场秒杀限1个主账号领取1张优惠券。

全网发布会

# 运营大咖9.9元帮你诊断店铺

活动时间：即日起—2022年9月30日24:00

大促在即，  
不要让店铺运营成为你的卡点

- ◆ 面向商家：所有国际站服务中商家
- ◆ 参与方式：扫描右方二维码，登录国际站主账号即可下单立享优惠
- ◆ 服务形式：下单后由资深运营提供线上一对一店铺诊断，帮您明确平台运营提升方向



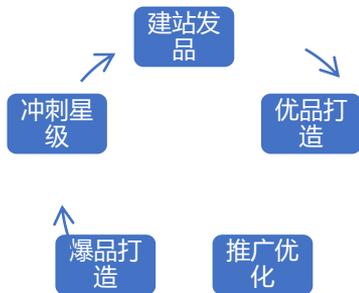
立即扫码抢单



你的店铺运营是否有这样的问题？

平台产品无优化思路？  
关键词未覆盖排名差？  
引流渠道单一流量少？  
橱窗空投无排名？  
平台活动报哪个？  
.....

本次活动提供哪些诊断服务？



谁来提供诊断服务？

运营人才依托赛群8年国际站运营经验，每年经系统培训认证，服务有保障



全网发布会

# 商家场答疑通道&后续通知



如对讲解内容有疑问，请在**8.27**  
**(周六) 24:00前**扫码反馈，工作  
人员将于8.1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

