

货盘为基，AI 为翼： 重塑全球商业设备及机械贸易增长极

从“产品思维”转向“场景思维”

2026年度商业设备及机械行业报告



目录

Module 01: 行业概况 (Industry Overview)

Module 02: 买家分析 (Buyer Analysis)

Module 03: 品类分析 (Category Analysis)

Module 04: 成交热品 (Trending Products)

Module 05: 热门搜索 (Trending Searches)

Module 06: 成功案例 (Success Cases)

Module 01: 行业概况 (Industry Overview)

全球商用设备市场：服务业复苏下的增长引擎

商业设备不仅是生产工具，更是全球服务业效能提升的核心基座。在服务业占全球GDP 65%以上的背景下，商用设备正成为经济复苏的关键驱动力。商业设备及机械行业作为**全球服务业的‘底层基础设施’**，其增长动能与服务业景气度高度正相关。



2025年外贸成绩单亮眼，多元化市场+跨境电商发展趋势明显

Alibaba.com

「第1」货物贸易连续8年稳居全球第一大国，持续保持增长

改革开放以来，中国外贸总额和出口总额、增长趋势



- 2024年，我国全年外贸进出口总额达6.16万亿美元，较“十三五”末增长32.4%，连续8年稳居全球第一；
- 2025年，我国全年进出口总额已达到6.35万亿美元，其中出口3.77万亿美元，年增长5.5%；（对比「投资」全国固定资产投资同比下降2.6%，「消费」-社会消费品零售总额同比增长4.0%）



「多元」市场拓展+品牌化趋势明显

年度	出口贸易总额 (亿美元)	对美出口 (亿美元)	对欧盟出口 (亿美元)	对东盟出口 (亿美元)	对美出口占比	对欧盟出口占比	对东盟出口占比
2016年	20,974	3,852	3,390	2,556	18.4%	16.2%	12.2%
2020年	25,906	4,518	3,910	3,837	17.4%	15.1%	14.8%
2025年	37,719	4,201	5,599	6,652	11.1%	14.8%	17.6%

- 外贸韧性不断增强。面对外部挑战，我国积极拓展多元市场。东盟连续5年为我国第一大贸易伙伴。
- 2024年自主品牌圈粉无数，占我国出口比重同比提升0.8个百分点到了21.8%，国货潮牌在世界各地刮起了“中国风”



「跨境电商」+「AI」是拉动外贸的新动能

- 2024年，跨境电商全年进出口达到2.63万亿元，同比增长10.8%；其中，出口增长19.9%。全国跨境电商主体超12万家，海外仓超2500个，支撑贸易便利化。
- AI助力缩短跨境B2B采购决策链路，带来效率提升：去年阿里推出AI原生应用Accio，供海外B2B买家大批量/定制化采购中国商品时使用，它可以自动生成采购方案，比对供应商等，当前Accio B2B企业用户突破了300万

服务业扩张驱动设备需求进入高韧性周期

全球主要经济体服务业PMI持续扩张，美国达52.3，东南亚高达55.4，直接带动商用设备刚需增长。劳动力短缺催生的无人化替代浪潮，与AI技术驱动的智能升级，共同构成了行业增长的双引擎。



服务业PMI持续扩张

美国52.3，东南亚55.4、墨西哥53.2、英国52.6



无人化替代

劳动力短缺驱动需求



技术平权

AI降低设备使用门槛



服务业终端设备市场 (Service Terminal Equipment): 主要服务于线上及线下零售、酒店及餐厅、会议及展览、营销及广告、租赁服务等行业的二级类目。

Advertising Equipment

- Advertising Boards
- Advertising Inflatables
- Advertising Light Boxes
- Billboards
- Display Racks
- Electronic Signs

Digital Signage

- Digital Signage and Displays
- Fitness Mirrors
- Hologram Equipment
- Interactive Boards
- LCD Display
- LED Display
- Splicing Screen
- Tablets

Financial Equipment

- ATMs
- Bill Counters
- Coin Counters & Sorters
- Currency Binders
- Currency Detectors
- POS Systems

Vending Machines

- Vending Machines

Professional Audio, Video & Lighting

- Atmosphere Equipment/Smog Maker/ Dry Ice
- Audio Sound Equipment
- DJ Controller/Audio Console Mixer
- Microphone and accessories
- Sound Equipment/Amplifiers/ Speaker
- Stage Equipment System
- Stage Lighting Equipment

Restaurant & Hotel Supplies

- Coffee Machine
- Commercial Kitchen Equipment
- Commercial Catering Equipment
- Commercial Robots
- Food Trucks
- Hotel Amenities
- Serving Trays

Trade Show and Party Equipment

- Banner Stands
- Panel Displays
- Photo Booth
- Tabletop Displays
- Truss Displays

Warehousing & Supermarket Supplies

- Checkout Counters
- Display Hooks
- Labelers
- Lockers
- Promotion Tables
- Refrigeration Equipment
- Shopping Baskets
- Shopping Trolleys & Carts
- Showcases
- Supermarket Shelves

零售设备 Retail Equipment



智慧化升级：移动支付、智能称重及无人零售终端的全球普及。

- 市场容量: \$78.5 billion
- CAGR: 8.2%
- 相关品类:



自动售货机



商超货架



移动餐车



DTF打印机

酒店及餐饮设备 HoReCa



降本增效：自动化后厨设备（如咖啡机、洗碗机）替代高薪劳动力。

- 市场容量: \$52.4 billion
- CAGR: 7.0%
- 相关品类:



冰激凌机



食品保温盘



商业咖啡机



蔬菜切丝机

会议及展览设备 MICE



体验经济：线下活动持续火热，桁架及舞台、沉浸式视觉租赁设备需求稳健。

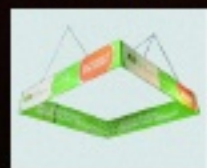
- 市场容量: \$45.2 billion
- CAGR: 7.1%
- 相关品类:



展会设备



背景板



桁架



镜面照相亭

营销广告设备 Marketing & Ads



传播介质进化：传统灯箱向高动态 LCD/LED 广告显示屏的全面迭代。

- 市场容量: \$35.6 billion
- CAGR: 8.5%
- 相关品类:



易拉宝



LED霓虹灯



广告牌



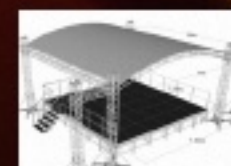
广告灯箱

租赁服务设备 Rental Service



资产轻量化：针对活动策划商的“以租代买”模式带动的租赁耐用品采购。

- 市场容量: \$18.2 billion
- CAGR: 7.1%
- 相关品类:



舞台架



租赁屏



舞台设备



音响设备

加工生产机械市场 (Processing & Production Machinery): 主要服务于加工生产制造业客户, 例如: 服饰加工、农业养殖、食品加工、工业/消费品生产加工、工业/商业清洗清洁和印刷等行业的二级类目。

Apparel Machinery

- Button Making Machines
- Buttonhole Machines
- Embroidery Machines
- Industrial Garment Press Machine
- Industrial Garment Steamers
- Lace Machines
- Overlockers
- Rhinestone Machines
- Sewing Machines
- Zipper Making Machines

Agricultural & Food Processing Machinery

- Animal & Poultry Husbandry Equipment
- Baking Equipment
- Egg Incubators
- Feed Processing Machines
- Food Sterilizers
- Fryers
- Meat Processing Machinery
- Oil Pressers
- Snack Machines

Cleaning Equipment

- Air Cleaning Equipment
- Cleaning Carts
- Cleaning Equipment Parts
- Commercial Laundry Equipment
- Corner Cleaning Machines
- Disinfecting Equipment
- Filtration Equipment
- Floor Sweepers
- High Pressure Cleaners
- Industrial Ultrasonic Cleaners
- Umbrella Wrapping Machine
- Vacuum Cleaners
- Washing Equipment

Laser Equipment

- Laser Cleaning Machine
- Laser Cutting Machines
- Laser Engraving Machines
- Laser Equipment Parts
- Laser Heat Treatment
- Laser Marking Machines
- Laser Plotters
- Laser Scribing Machines
- Laser Welders

Printing Machine

- 3D Printers
- Carton Printing & Converting Machines
- Digital Printers
- DTF Printer
- Flexographic Printers
- Heat Press Machines
- Heat Transfers
- Inkjet Printers
- Laser Printers
- Offset Printers
- Pad Printers
- Pre-Press | Post-Press Equipment
- Printing Machine Materials & Parts
- Relief Printing Machines
- Rotogravure Printing Machines
- Screen Printers

Welding Equipment

- Arc Welders
- Butt Welders
- Electric Soldering Irons
- Friction Welders
- Plasma Welders
- Plastic Welders
- Press Welders
- Reflow Solders
- Resistance Welders
- Seam Welders
- Soldering Machines | Stations
- Spot Welders
- Tube Welders
- Welding Positioners | Turning Rolls
- Welding Wire Machines

先进材料加工 Advanced Processing



金属加工革命：手持(机械臂)激光焊机及光纤切割机在中小企业中的渗透。

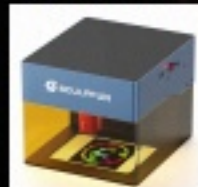
- 市场容量: \$68.5 billion
- CAGR: 9.1%
- 相关品类:



激光切割机



激光打标机



激光雕刻机



激光焊机

农业和食品加工 Agri-Food Processing



全产业链提升：从育种孵化到预制菜精深加工的自动化整线。

- 市场容量: \$92.2 billion
- CAGR: 6.9%
- 相关品类:



蛋孵化器



榨油机



巧克力坚果包衣机



蔬菜处理机

工业印刷与成型 Industrial Printing



包装即品牌：热转印、数字印刷在个性化商业包装中的应用。

- 市场容量: \$47.2 billion
- CAGR: 4.2%
- 相关品类:



激光打印机



工业3D打印机



喷墨打印机



商用3D打印机

服饰加工机械 Apparel Machinery



柔性供应链：适配快时尚、小批量生产的智能缝纫与绣花设备。

- 市场容量: \$31.5 billion
- CAGR: 5.6%
- 相关品类:



缝纫机



绣花机



包缝机



徽章机

商业清洁设备 Commercial Cleaning



机器人代替：商业空间、工业仓库对自动洗地机及除尘设备的采购。

- 市场容量: \$15.3 billion
- CAGR: 8.6%
- 相关品类:



扫地机



清洁车



商用洗衣机



消毒设备

六大场景驱动商业设备及机械行业增长

零售与消费服务



生产与制造加工



专业工程与技术服务



活动与空间营造



金融与交易基础设施



农业与食品基础保障



各类目呈现不同增长趋势，需求与供给结构优化

零售与消费服务

自动售货机、仓储商超等类目
呈现"需求加速、供给收缩"的
理想结构



生产与制造加工

激光设备、服装机械等
类目订单量同比持续高
增长



专业工程与技术服务

清洁设备、焊接设备有
效品中交易品占比稳步
提升



活动与空间营造

展会设备、音视频照明
大盘曝光到点击转化率
显著改善



金融与交易基础设施

金融设备7D品订单量同
比从负转正，履约能力
大幅提升



农业与食品基础保障

农业和食品机械交易额
同比保持约30%高增
长，价格趋于稳定



从卖设备转向卖场景解决方案，精准匹配货盘结构，强化关键能力标签



目标市场匹配

按目标市场精准匹配货盘结构



关键能力标签

强化认证、本地化、售后等能力

维度	传统产品分类	场景分类
视角	卖家视角（我有什么）	买家视角（客户需要什么）
逻辑	技术参数、功能特性	应用场景、生意痛点
价值	产品差异化	解决方案价值
运营	类目流量分配	场景化搜索与推荐

行动建议^{最佳实践}

1. 货盘结构优化指引

- 零售/活动类商家：海外现货+7天发货≥60%
- 制造/工程类商家：14天轻定制+深度定制≥60%
- 所有商家：交易品定招品≥10款（提升订单转化率）
+ 优爆品≥20款（提升整店获客能力）
- 生产制造商：商机品定招≥10款（提升商机转化率）

2. 商品信息强化要求

- 产品证书：上传CE/UL/DOT等扫描件（非截图）
- 质量保障：提供第三方检测报告或精度实测视频
- 本地化：列明适配国家/电压/语言/认证
- 解决方案：嵌入"XX场景应用案例"视频

3. 直播内容聚焦

- 每个场景强调"该场景买家最不能妥协的3项能力"
- 展示"商品/服务应用场景"的最佳实践案例

Module 02: 买家分析 (Buyer Analysis)

从大宗采购到碎片化决策：买家权力转移

斜杠创业者



微型服务单元与精密工作室成为新主力，从传统大型工厂转向灵活的独立经营者（例如POD服务提供、餐车经营）。

7天快发偏好



买家愿为履约确定性支付溢价，7D订单占比大幅提升，交付速度成核心竞争力。

区域化需求



美国市场追求极致本土化，欧洲市场构建泛欧跨国采购网络，差异化显著。南美/中东等新兴市场工业化推动，仍有大量设备采购需求



连接本地买家通过无缝采购之旅获得全球供应

传统供应商

OEM（基础代加工）

ODM（设计+代工）

OBM（工厂自营品牌）

Industrial Clusters
（产业集群）

- ▶ 供应商验证
- ▶ 质量保障
- ▶ 产品适配性
- ▶ 快速轻定制 | 深度定制
- ▶ 解决方案
- ▶ 履约服务
- ▶ 支付与融资
- ▶ 售后服务
- ▶ 本地化 | 远程保障
- ▶ 控本增效

以精益和敏捷模式运营

Prototype（原型）

Trial Order（试订）

Massive Production（量产）

Customization（定制）

Consistent Improvement
（持续优化）

提供多样化的产品组合满足所有细分市场的买家需求

产品供应

3天发货*

海外现货

7天发货

高效的
弹性产能

14天发货

快速轻定制

14天以上发货

深度定制

时间效率

低MOQ

成本效益

样品灵活性

产品检测报告

速度、效率和成本竞争力

资质与认证

交货时效

品牌与客户背书

付款条件

买家分型

Business Users
(商业终端)Contactors
(工程/维修承包商)Resellers / Dealer
(转售/经销商)Manufacturers
(制造商)

海外现货：缩短试样周期，加速复购转化

海外现货纳入优品服务力，大大提升店铺优品培育效率

丰富的导购场景

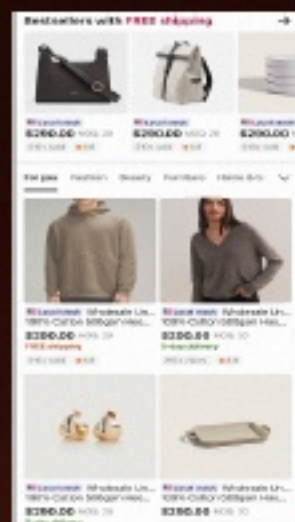
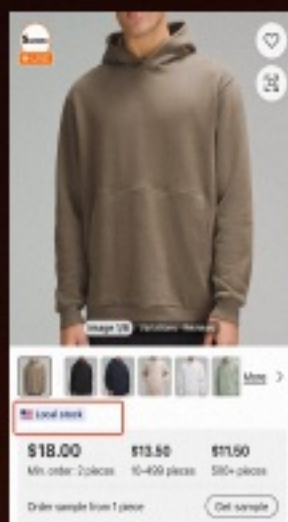
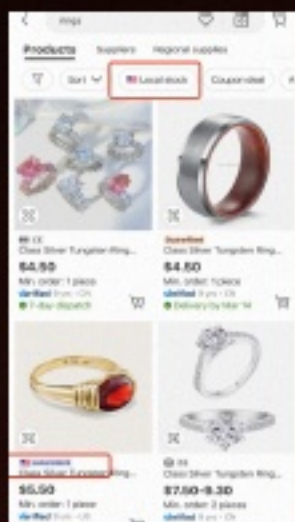
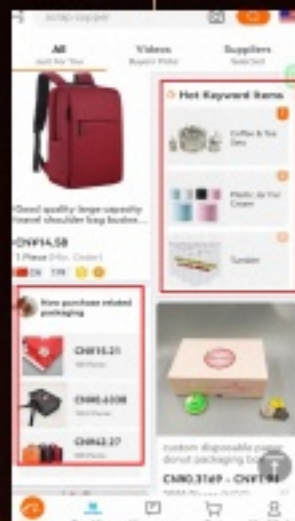
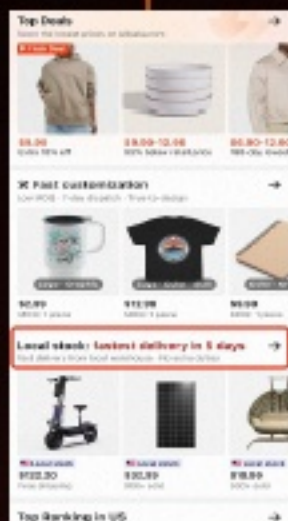
1. App 开机屏推广 (非固定周期)；
2. 美国/欧洲首页专属楼层；
3. 首页推荐云主题。

站内外营销资源

1. S级大促专属会场；
2. EDM/PUSH主体营销；
3. 站外多渠道投放。

买家心智强化

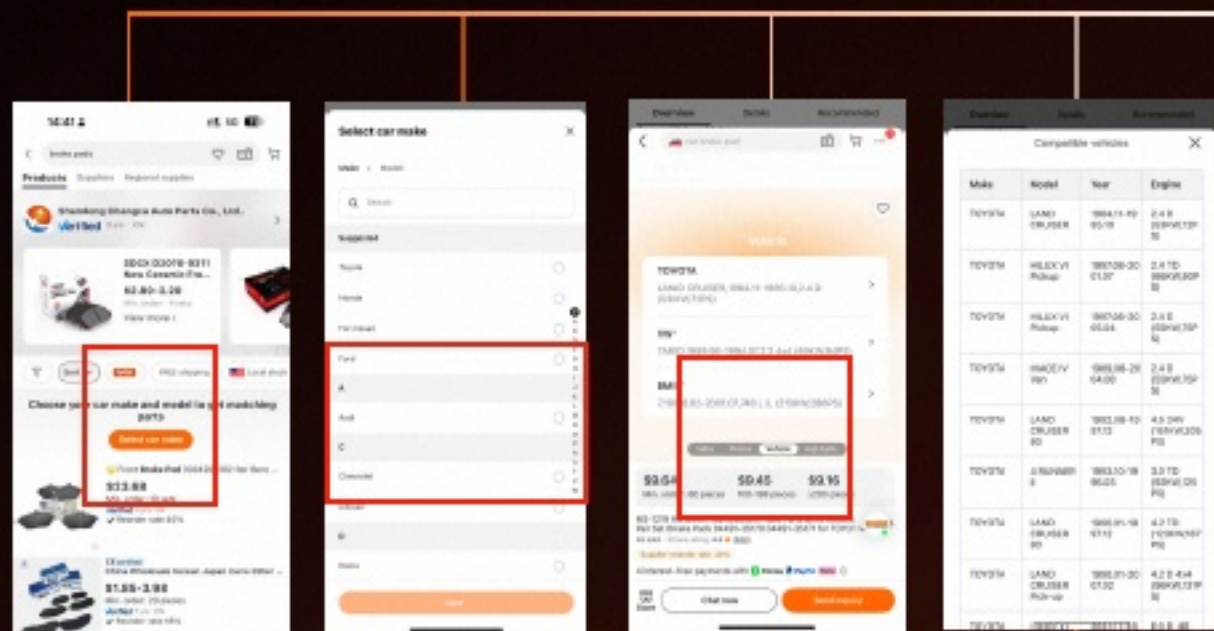
1. 搜索筛选项及打标；
2. 商品详情页打标；
3. 海外现货专属场景打标。



产品兼容性：快速找到合适的备件

海量车辆数据库 (含 主流车型和OE编号)

输入车型 > 综合选择 > 精准匹配



多种方式查找所需内容

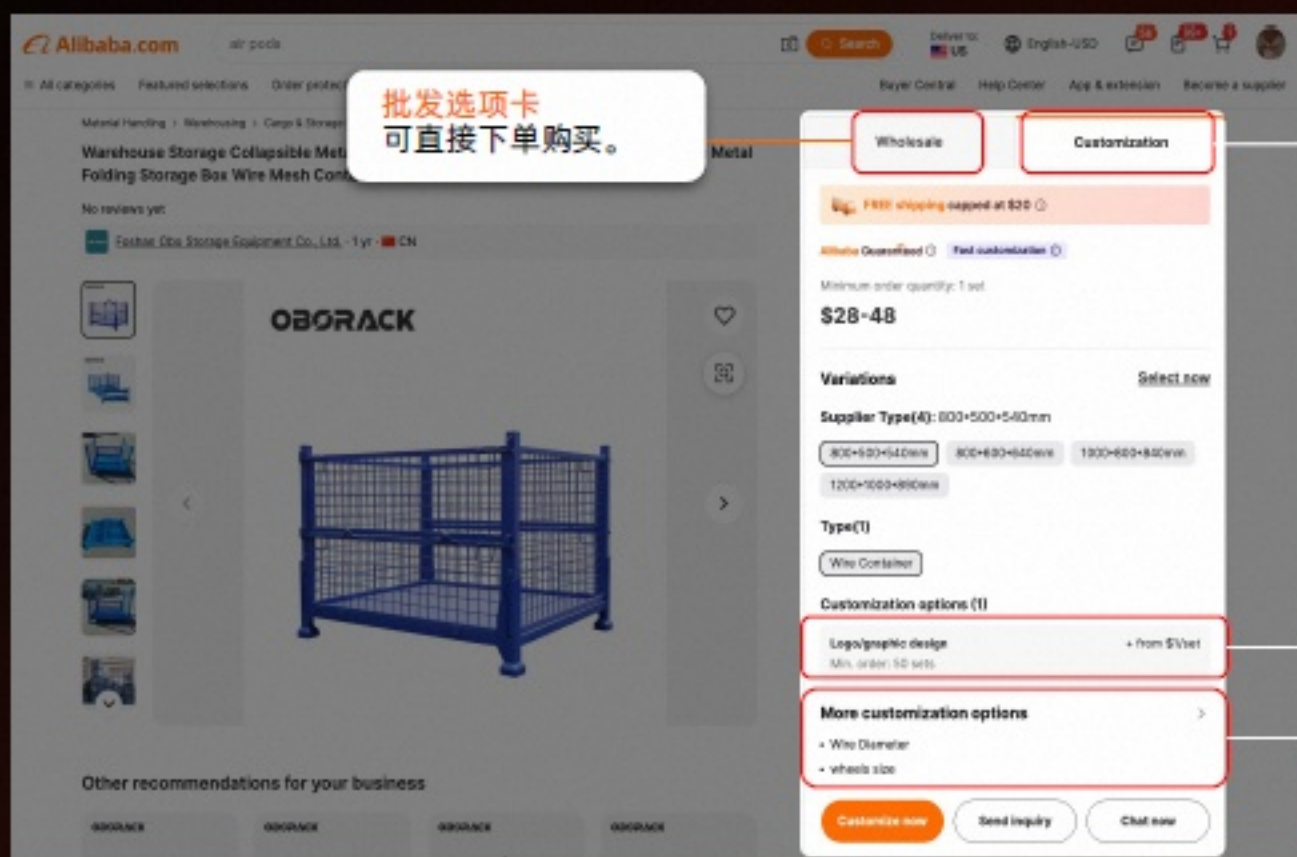
1. 输入车辆信息，接收精准的产品推荐；
2. 直接输入OE编号，快速搜索；
3. 此外，我们还支持按制造商、型号、年份和引擎进行分层过滤，以满足不同的需求。

智能产品推荐

在产品页面上，您可以查看兼容的车型并进行进一步的筛选，使决策更加便捷和高效。

定制组件的敏捷配置：满足多样化的定制需求

结构化产品定制属性，便于买家能够快速识别供应商能力，并找到合适的定制解决方案。



批发选项卡
可直接下单购买。

“自定义”选项卡

通过 OEM/ODM 选项和灵活的最小起订量展示产品定制能力

快速轻定制

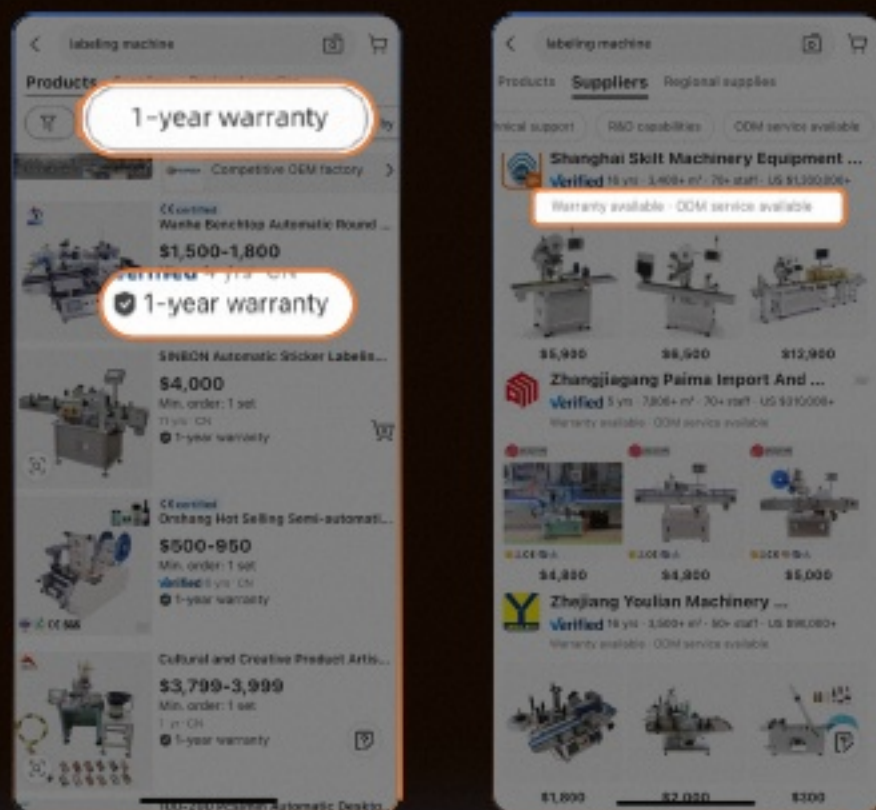
设计元素：LOGO/图像集成、包装类型、保修卡/说明书，直接订购
工作流程：选择自定义选项→即时结账

深度定制

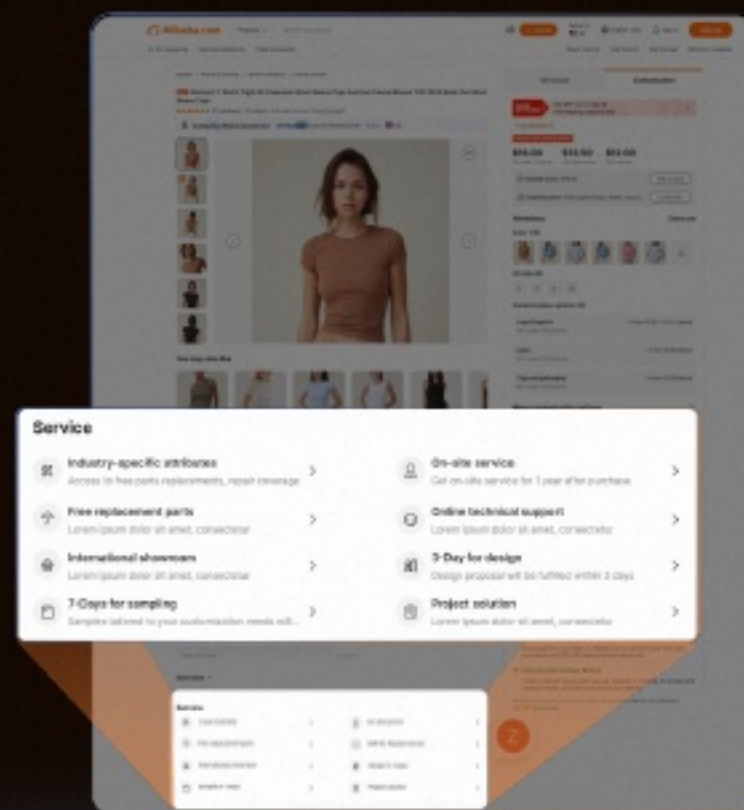
技术修改：规格、重要参数、核心部件
更多定制需求可与供应商沟通

订单及服务保障：从平台验真的供应商和商品能力开始

快速识别有能力的供应商以满足买家的需求



清晰地展示供应商服务，提高买家浏览和商机转化效率



采购过程中B2B买家真正关心什么？

搜索

比对

评估

采购

体验

采购过程中的痛点

产品
兼容性质量
保证定制
& 敏捷性供应
可持续性最大限度地减少设备
停机时间和损失

在阿里巴巴国际站上采购的核心原因

- 技术要求
- 规格参数
- 应用配件

- 质量审批
- 耐久性验收

- 结构化定制
- 快速采样

- 卖家验证
- 质量保证
- 合规和社会责任检查
- 本地库存

- 售后服务
- 远程保修

商业设备及机械五大买家类型精准画像

深入了解不同买家类型的采购特征、决策流程和地域分布,为精准营销与销售策略提供数据支持。掌握各类买家的核心需求与行为模式,优化转化路径。



零售商

- 订单规模: 中小批量 (\$5k-\$50k)
- 采购周期: 季节性强 (Q4占40%)
- 转化周期: 快速决策 (7-14天)



服务提供商

- 订单规模: 稳定持续 (\$10k-\$100k/月)
- 转化周期: 决策链长 (平均45天)
- 核心关注: 售后与技术服务



批发商

- 订单规模: 大批量 (\$50k-\$500k)
- 转化周期: 高效决策 (3-7天)
- 价格敏感度: 极高, 追求成本优势



贸易商

- 订单规模: 波动较大 (\$10k-\$200k)
- 转化特征: 快速成交, 复购率偏低
- 采购特点: 机会性采购, 寻求套利



生产制造商

- 订单规模: 大额长期合作 (\$100k+)
- 转化周期: 慢但稳定 (60-90天)
- 核心关注: 产品质量与一致性

关键洞察

- 零售商与批发商转化快, 适合快速成交
- 服务商与制造商需长期培育, 重视关系
- 地域差异大, 需针对性市场策略

策略建议

- 定制销售话术与材料, 通过知识库不断训练业务接待Agent (Eva)
- 优化转化漏斗, 缩短高价值客户决策
- 建立买家分级管理, 和客户分配及考核、激励制度, 提升资源效率

优质供应商：在产品（价格、质量、交期）满足要求，可信任、更好服务的供应商优先

供应商标签

优质供应商界定标准

Basic 最基本的要求

过往真实的交易记录（企业真实性、按期交货，可使用信保/一达通数据）	真实可信
基本企业管理体系证书（如ISO9001, SGS, etc.）	产品生产/质量管控和操作规范化
*工作人员素质/*语言能力/*专人对接/沟通速度/回复率等 （通过买家评价数据积累、通过网站数据获得响应时间、响应率指标）	工作人员沟通熟练/及时/主动
问题解决和售后保障（售后保障年限、服务速度、产品投诉/退回情况等）	能够有效解决问题/提供好的售后服务

Advanced 更多面的要求

*大客户情况	有和大客户合作的经历
*大客户验厂报告	能通过大客户验厂标准
*展会参与情况（所在国家/名称/时间）	有参加国内外知名展会的经历
*配套产品供应链情况	企业有完善的配套产品供应链
*研发人员情况（数量/经验水平）	专业技术人员能够满足产品的设计/研发需求
*研发中心情况（类型/数量）	

所在国家/*城市
 *行业从业年限/**外贸从业年限/企业成立时间/*工厂成立时间
 年出口/销售额
 （第三方验真出口额，可使用一达通交易单数和交易金额、海关数据）
 企业类型/经营模式（如制造商/贸易公司）
 主要出口地
 第三方验真主营出口国家/市场，可使用一达通记录、海关数据）
 提供加工服务与否及类型（OEM/ODM）
 *海外仓或海外办事处情况
 平台或其他权威机构背书
 （如Verified Pro supplier, TA, *Credit Check, *Sourcing Event, etc.）
 *年总产能/产值/产能利用率

拥有产品证书类型
 *专利数量及类型
 *质量管控团队情况
 *工厂规模/*员工数/*设备情况（数量/类型/产地）
 *拥有的产品/*产品线/*生产线数量
 *拥有的加工工艺/*包装设计工艺
 新品情况（推出周期/类型）
 *社会责任（如高级企业管理体系证书BSCI、大客户验厂报告等）
 *行业口碑（排名/商会）/*媒体报道
 *买家评价（需数据沉淀）
 *主要客户类型（如酒店/连锁商超/Brand owner/etc.）
 *稳定/固定客户（老客户占比、特定时间合作客户占比、最长持续合作时间）

*视买家具体
要求而定

优质商品：价格、质量、交期满足要求，商品能力表达符合买家偏好

买家偏好

- 基于**场景**的应用需求，按场景/行为组货采购；自用买家偏好端到端**全链路解决方案**
- 商家质量是MRO/商用机械行业买家最看重的决策因素之一，依赖**商家专业知识**进行选品推荐，**销售代表**是主要触达方式之一；
- 强调**本地化、到货时效、售后服务**（保修、质保期）。

商家待办

- 重视**旺铺/商场景景化搭建**，突出代表性案例，以及**售后安装/维修/更换/质保等全链路解决方案**；
- 全力扩大新优品3.0下的交易品/商机品，**确保实力优品的规模和覆盖率**，并重视**橱窗+P4P**等推广手段
- 问鼎等**品牌推广渠道**，应以**搭建场景+代表性客户案例**为主；
- 从终端应用和生意需求出发，通过**样品/海外仓/x日到货保障/无忧退**等方式降低买家采样/试销成本；
- 重视**业务员能力建设**，他们代表供应商贯穿服务客户的始终。

优品3.0核心服务力

17国到货保障

大牌代工

30天到货保障

产品证书

海外现货

商品属性认证

半托管

7天可发货

无忧退

远程质保

海外本地售后

- 根据2023年11月份的数据，美国买家最青睐的**商品属性**是**品牌准时送达**（46.5%），其次为**交付便捷有保障**（36.5%），商家高透沟通解决问题（20.1%），**售后服务**（15.5%）等。
- 美国买家对**价格竞争力**的需求最强，其次为**商品质量**（26.8%）以及**快销商品**（26.4%），其中，在保障商品质量的方式上，美国买家主要通过商家提供**质保/退换货/售后/维修服务/质保期/质保书/质保书/质保书/质保书**，其次为客户服务（33.7%），产品品质（33.5%）等。
- 国际站在美国买家的心智中，“**低价**”（26.4%）、“**全球化**”（25.4%）、“**商品丰富**”（22.2%）是主要心智，“**创新**”（20%）、“**简单易用**”（19.8%）、“**可靠**”（19.5%）的心智相对较弱。影响美国买家下单意愿的核心因素在：**低价格**（26.2%）、**强货源**（22.8%）、**高MOQ**（22.2%），其次为**难以沟通商家质量**（19.8%），**缺乏沟通/基础数据不足**（17.2%）等。
- 在物流时效上，不到两成（18%）买家希望在1周内收到商品，其余超八成（82%）买家愿意等待1-3个月，但在期望15天内收到商品的买家中，34%的买家无法在15天内收到，在期望1个月内收到商品的买家中，11%的买家无法在1个月内收到。
- 在物流方式上，超五成（55.4%）的美国买家主要依靠商家来安排物流方式且未来不打算自己安排，近两成（20.6%）的买家当前虽然靠商家来安排物流，但正在积极寻找更好的物流解决方案如自运。13.9%的买家已经有自己的安排。
- 从找商目的上看，**品牌商**（43.2%）、**美国买家在找有资质的工厂/企业**（23.5%）、**近三成**（29.2%）美国买家到国内来寻找供应商，超一成（10.7%）美国买家找工厂，超一成（10.2%）美国买家有设计团队来工厂生产，从找商行为上看，美国买家最多使用**搜索**（60.4%），其次是**通过行业分类来找对应的商品**（25.8%），**逛导购**（21.5%），**找客服推荐**（18.1%），**通过RFQ**（16.8%）等。

- 本次研究中MRO买家的采购特征与其生意类型和模式相关，区别于我们传统认知中的专业采购MRO并挂表做企业用于机械维护的生意模式。本次研究中覆盖了国际站上常见的零售类商家，以及批发商、制造商和服务商商家。这些身份类型所呈现出来的特征和以往的人群调研一致。
- 买家对海外现货有一定需求，海外现货在买家心智中的主要优势体现在：1. 物流更快；2. 物流更便宜，但买家考虑品质时仍会倾向于以价格优势；3. 提升买家对国际站的黏性、信任度，从国际站/海外现货的黏性、信任度、从国际站的角度而言，海外现货仓也起到营销、教育的作用。
- 建议：美国海外仓可以从不同地区的买家对国际站的认知程度、不同商家生意类型的占比出发，排列优先级。比如可以从：
 - 对国际站认知程度低、跨境采购信任度低地区的买家；
 - 服务海外买家占比量大的地区开始实施海外现货。

- 【MRO品类多样，商品采用不同选品策略】商品选品主要策略：1) 覆盖多品类，主打全面数量多；2) 专注垂直类应用场景，提供某一行业下多维度的MRO商品
- 【依赖传统经销商模式，逐渐侧重线上采购场景】通过销售员进行销售的传统经销商模式仍是主要采购渠道，同时，线上采购也快速发展，成为买家MRO商品的主要采购渠道
- 【主要玩家侧重端到端供应链解决方案，提供一站式采购思路】大型MRO企业均注重提供采购配套的供应链方案，以减少库存、节约成本和简化采购流程为核心卖点向买家进行销售
- 【强调本地化，保证到货时效】即使没有对外销售的线下门店，竞品也会保证warehouse和配送中心的本地化，同时结合vending machines等多样化的方式，确保到货时效

■ 营销宣传点

一件
起购

包邮

退货
保障

售后/
质保

价格
优势

7-day
发货

专业
选型

海外
现货

Module 03: 品类分析 (Category Analysis)

14大核心类目供需矩阵：蓝海与存量机会并存

涵盖印刷机、激光设备、服装机械、自动售货机等14个战略核心子类目，部分品类正经历从“商机驱动定制”向“交易驱动现货”的结构性迭代。部分品类对于“定制”能力表达通过“轻定制”和“深度定制”完善数字化表达能力



商业设备及机械类目现状 - 需求侧

需求结构

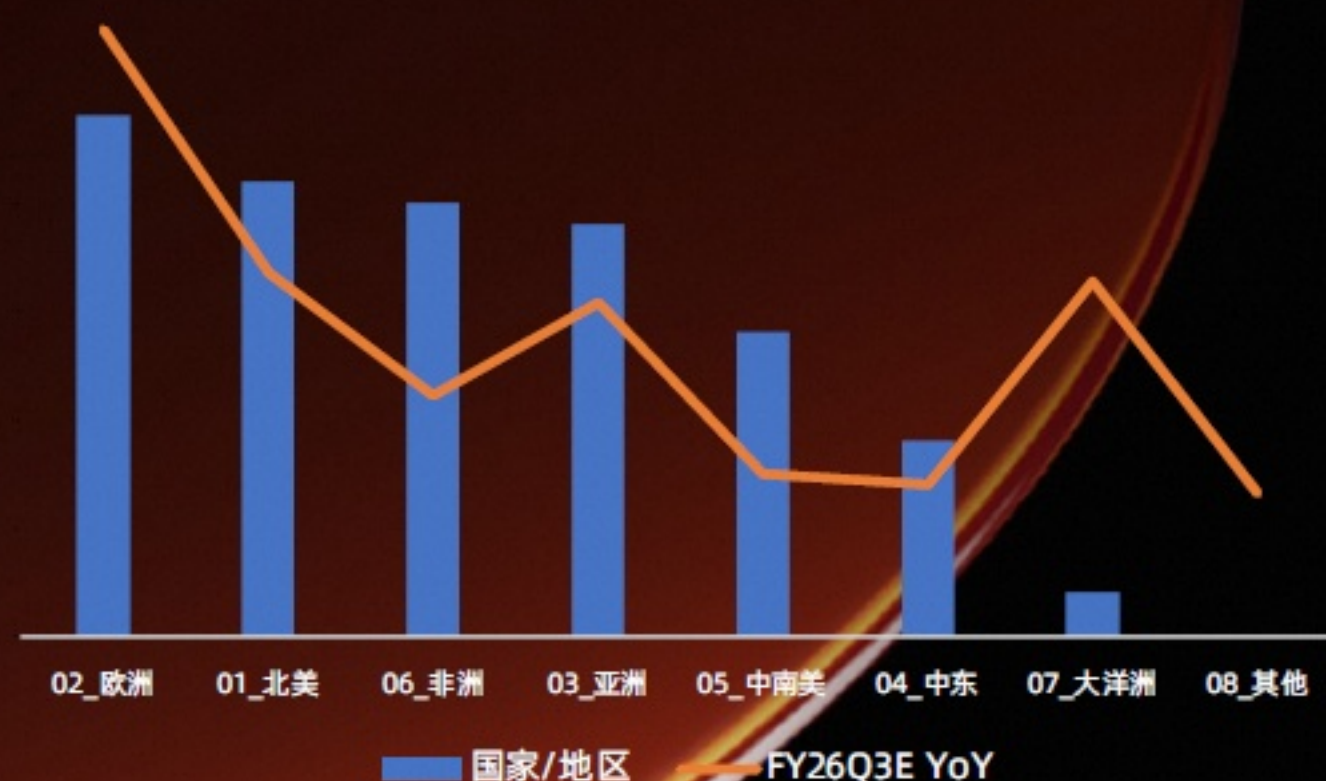
2025年后三季度，欧洲跃迁至流量规模TOP1，且保持高速同比增长，北美次之。从月度趋势看，欧洲/北美自然年Q1/Q2爬坡至9月达流量高峰，而亚洲/非洲/中南美流量高峰比欧美提前，在6-7月为全年高峰期。

自然流量部分，欧洲、北美、大洋洲排名同比前三，但规模前三和整体保持一致：欧洲、北美、非洲。

FY26前三季度日均DUV分布和同比



FY26前三季度日均Org_DUV分布和同比

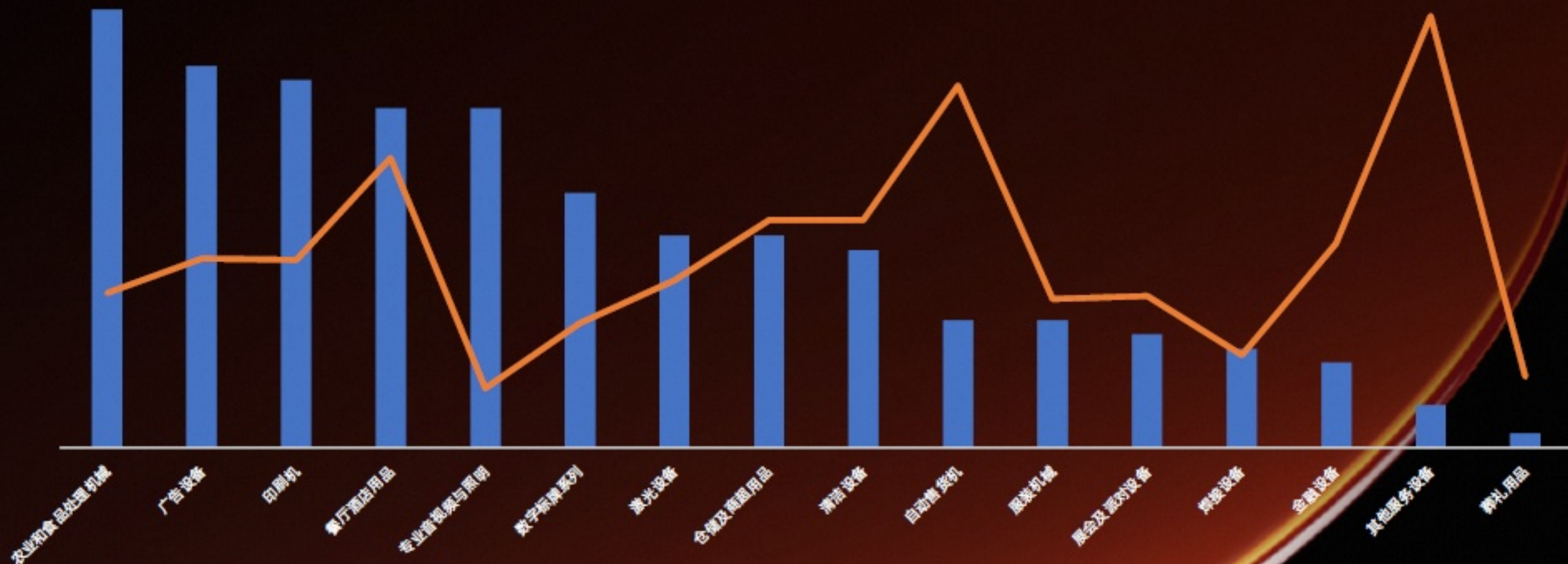


商业设备及机械类目现状 - 需求侧

需求结构

广告设备曝光规模从TOP4上升至TOP2，近30天日均DUV TOP5类目：农业和食品处理机械↑、广告设备↑、印刷机↑、餐厅酒店用品↑、专业音视频与照明↓，日均DUV同比增速TOP5类目：自动售货机、餐厅酒店用品、仓储及商超用品、清洁设备、金融设备。

商业设备及机械二级类目曝光规模及同比



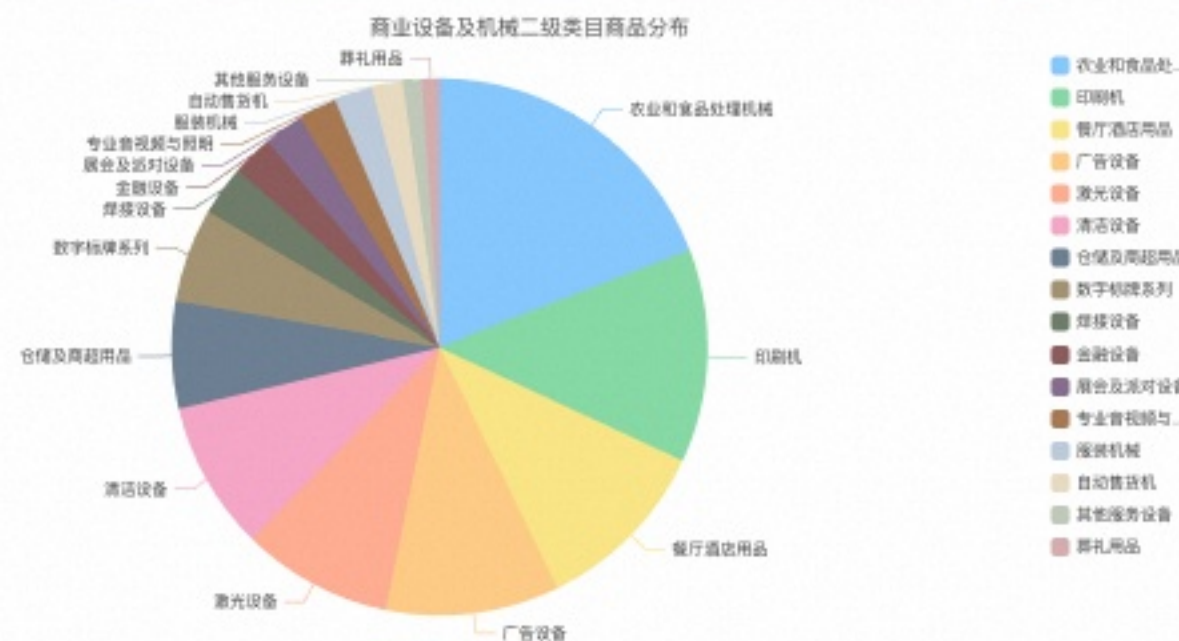
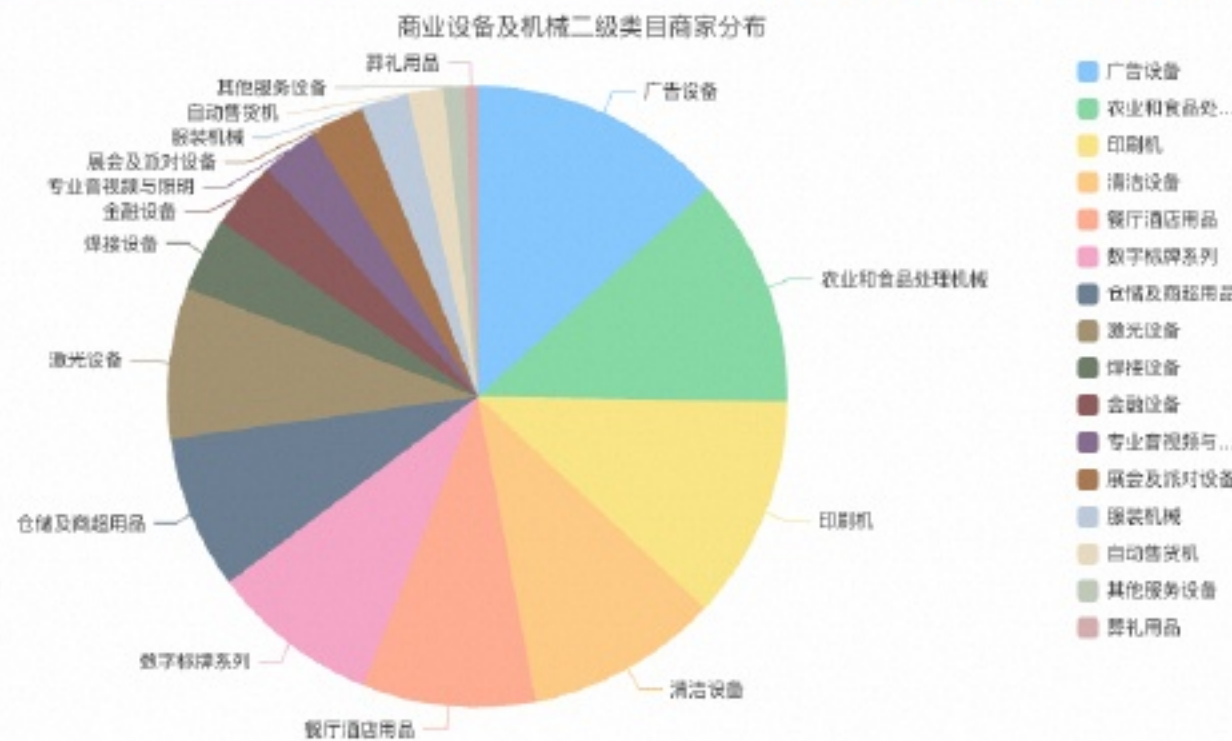
商业设备及机械类目现状 - 供给侧

商家规模 (截至2025年末同比)

同比增幅最高的是专业音视频与照明，其次是自动售货机，二级类目商家规模同比：广告设备↑、农业及食品机械↑、印刷机↓、清洁设备↑、餐厅酒店用品↑、数字标牌系列↓、仓储及商超用品↑、激光设备↓、焊接设备↑、金融设备↑、专业音视频与照明↑、展会及派对设备↑、自动售货机↑

商品规模

在线商品数同比增幅最高的是自动售货机，其次是餐厅酒店用品从TOP5上升至TOP3，二级类目在线商品规模同比：农业和食品处理机械↑、印刷机↑、餐厅酒店用品↑、广告设备↓、激光设备↓、清洁设备↑、仓储及商超用品↑、数字标牌系列↑、焊接设备↑、金融设备↑、展会及派对设备↑、专业音视频与照明↑、服装机械↓、自动售货机↑



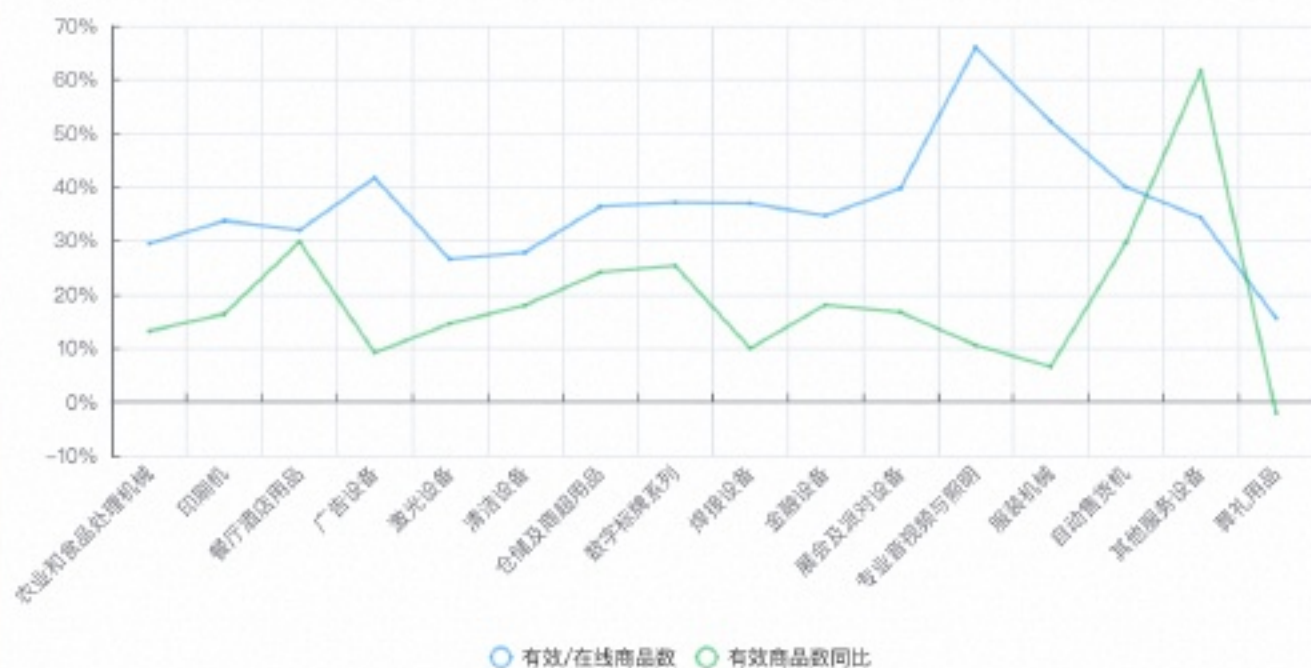
商业设备及机械类目现状 - 供给侧

商品结构 - 商品有效性洞察

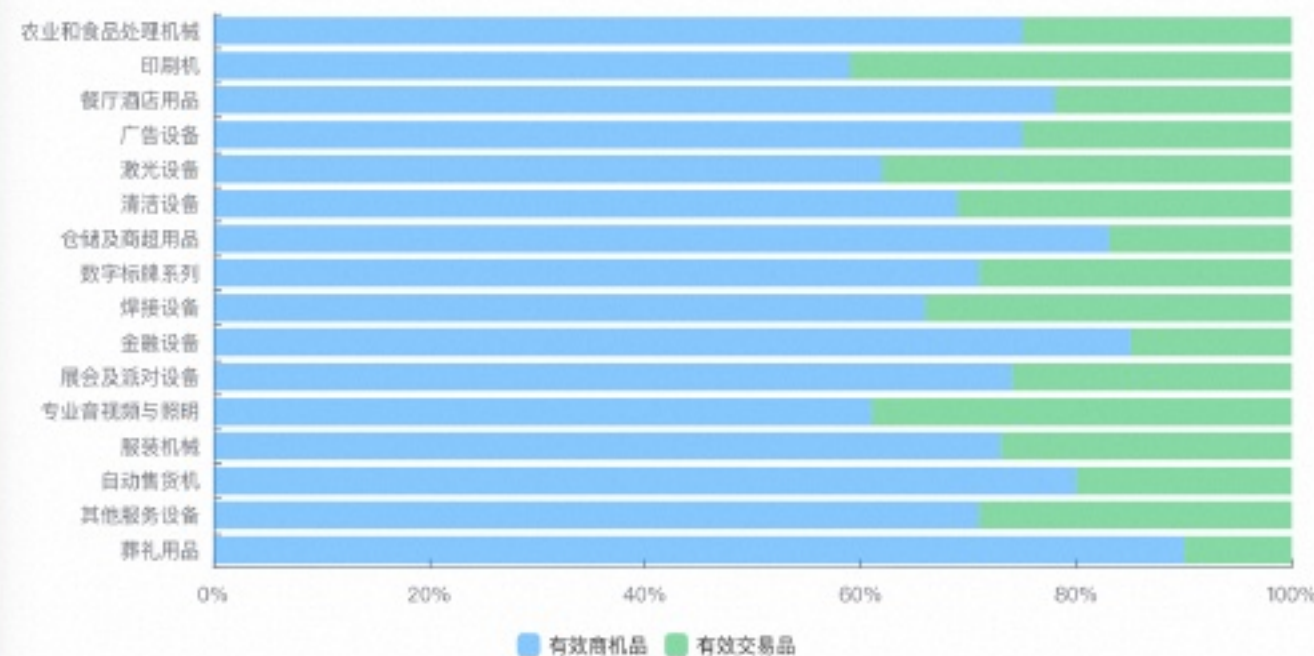
是否有效: 有效品占比TOP5二级类目: 专业音视频与照明、服装机械、广告设备、自动售货机、展会及派对设备。有效品同比增速TOP5二级类目: 其他服务设备、餐厅酒店用品、自动售货机、数字标牌系列、仓储及商超用品。**所有二级类目都需要注意定期清理零效品等无效商品, 减少曝光/流量浪费。**

交易/商机: 印刷机、专业音视频与照明、激光设备、焊接设备、清洁设备和数字标牌系列交易品占比排名TOP5; 葬礼用品、金融设备、仓储及商超用品、自动售货机和餐厅酒店用品商机品占比排名TOP5。

商业设备及机械商品质量-有效vs在线



商业设备及机械有效商品结构-交易品vs商机品



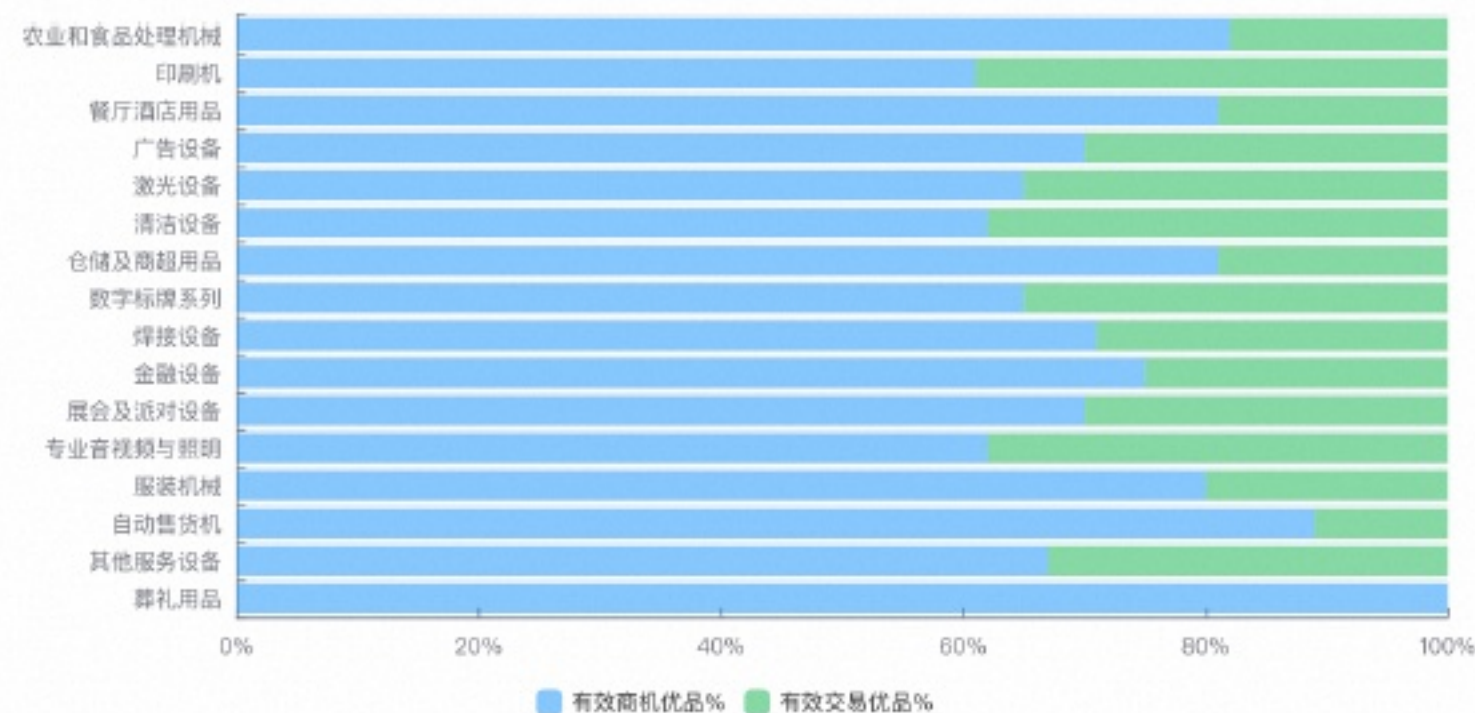
商业设备及机械类目现状 - 供给侧

商品质量 - 实力优品洞察

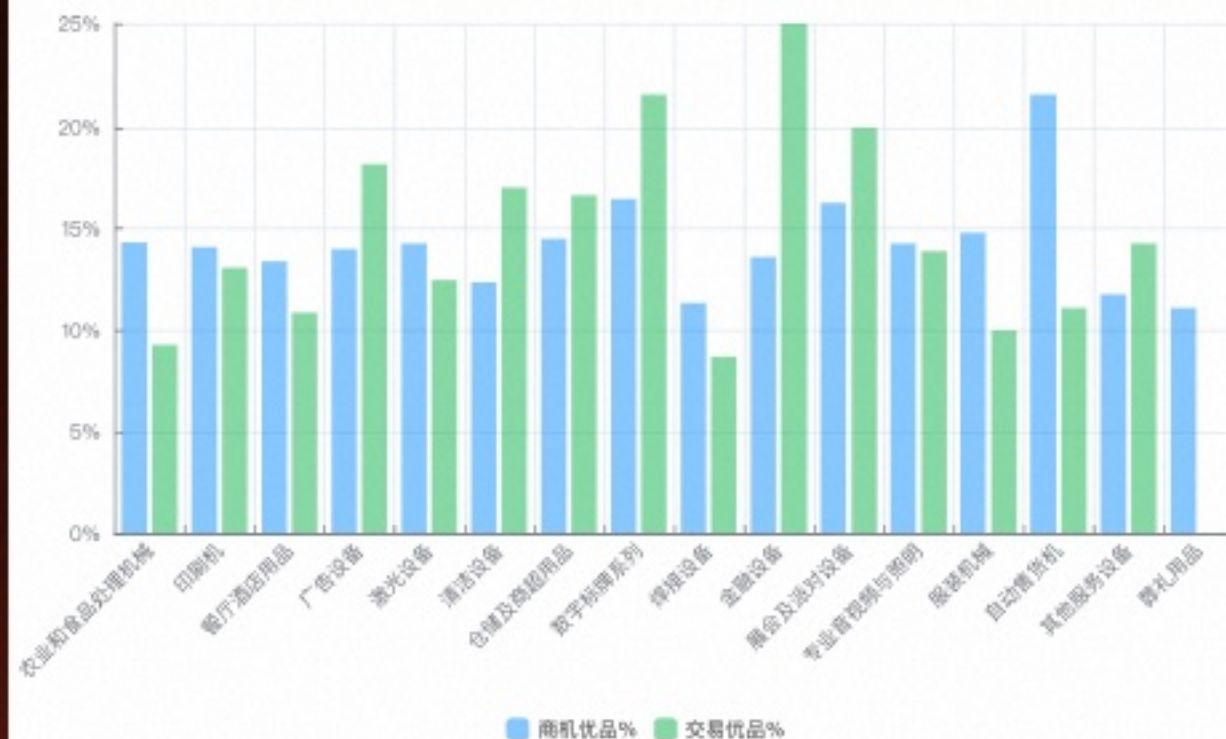
交易优品vs商机优品对比：有效交易优品占比TOP5二级类目：印刷机、专业音视频与照明、清洁设备、激光设备、数字标牌系列。这和交易品占比高的TOP5重合度较高，但焊接设备明显在交易优品上亟待提升占比。另外，农业和食品处理机械、广告设备、激光设备、清洁设备、仓储及商超用品、焊接设备、展会及派对设备、服装机械、自动售货机交易优品年同比不同程度下滑，“占流量不产单”，亟需提升业务转化，提升交易优品规模。

实力优品占比：交易品占比高的印刷机、专业音视频与照明、激光设备、焊接设备反而交易优品占比不如商机优品，大家自查是否推广侧重点有偏差（比如广告付费资源的错位配置）；同理金融设备、仓储及商超用品商机品占比高，但商机优品占比不如交易优品，也有类似“错位”现象。

商业设备及机械实力优品结构-交易优品vs商机优品



商业设备及机械实力优品占比

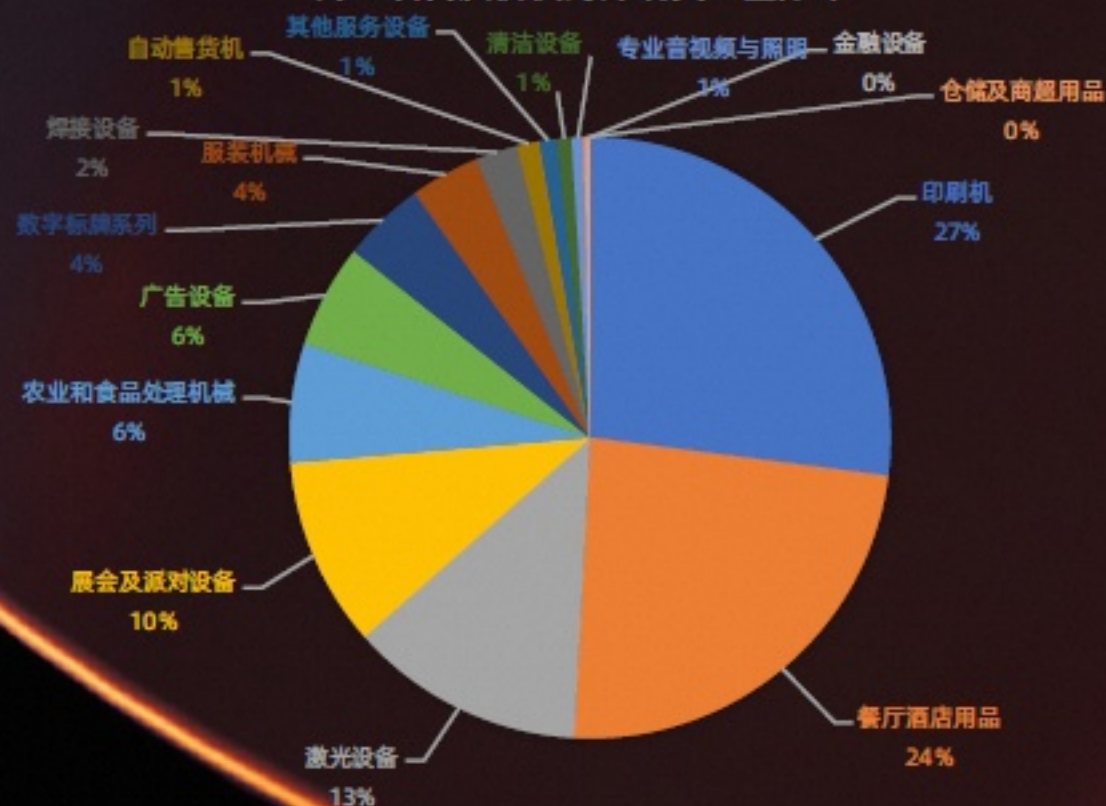


商业设备及机械类目现状 - 供给侧

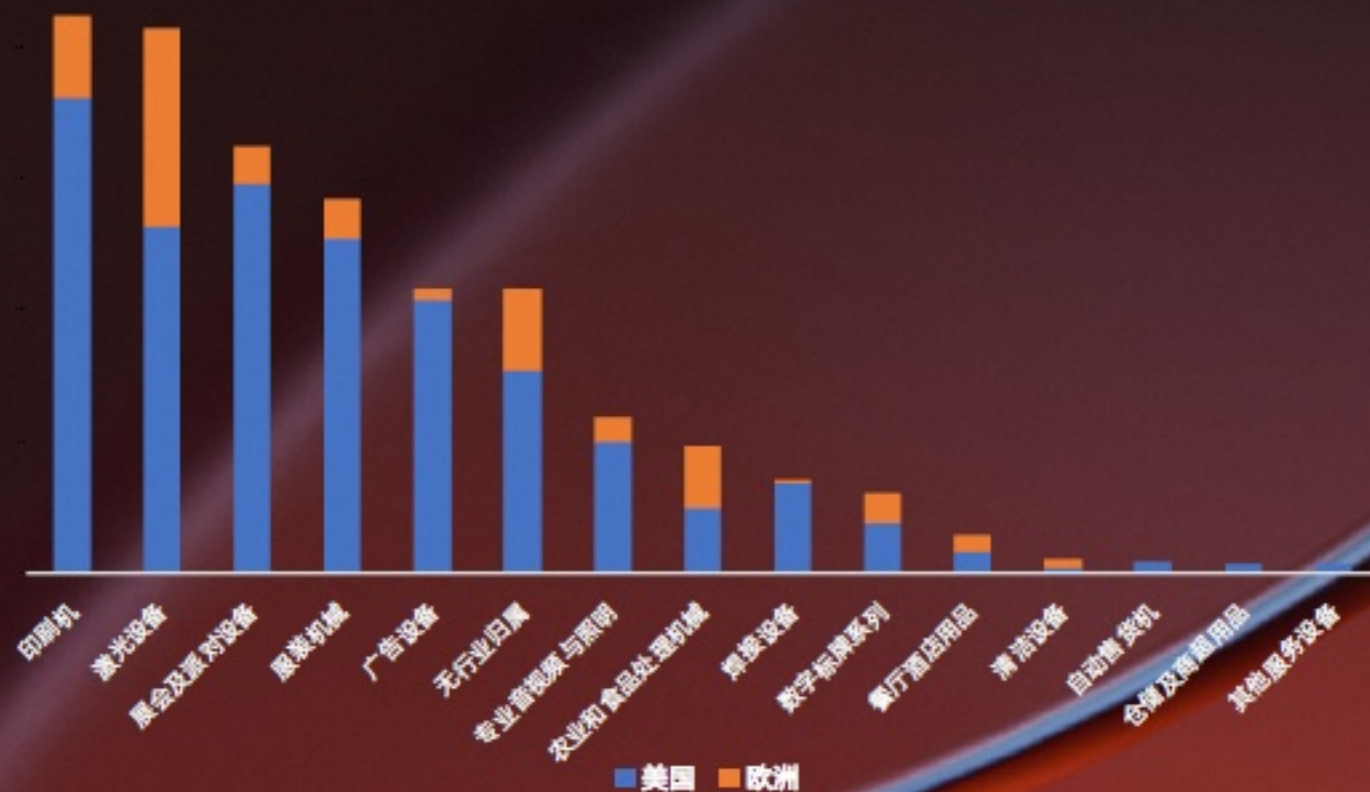
商品分型 - 海外现货核心洞察

- **“大机器现货化”趋势**：传统观念认为高单价机械依赖定制，但数据展现了惊人的反差。服装机械和激光设备在\$3,000-\$6,000段位的订单密集，渐成“大额设备、下单即发”的采购习惯。
- **波兰成为欧洲“履约心脏”**：订单流向显示，波兰仓不仅供应波兰本土，还大量辐射法国、意大利、西班牙及北欧。其作为欧洲转运中心的效能甚至在某些类目上超过了德国。
- **美国买家的“极致本土化”依赖**：美国买家的订单中，95%以上由美国本土仓发货，且对\$500以下的耗材和\$3,000以上的整机同时存在高频现货需求。
- **服务确定性溢价**：现货订单中存在大量<\$100这种金额极小且精确的订单（多为零部件/耗材），证明买家对设备配套消耗品和备品备件等“本地现货”的支付意愿极高，且不计较运费比。
- **小型自动化餐饮设备将爆发**：随着人力成本上升，预计在捷克和波兰仓，自动售货机、餐饮设备和食品加工机的现货需求将增长30%以上。
- **激光设备走向“家电化”履约**：激光打标、激光焊接机将像家用电器一样，在美西、美东实现3-5日达。

商业设备及机械海外现货品量分布



2025年商业设备及机械海外现货订单分布



商业设备及机械类目现状 - 供给侧

商品分型 - 7天发货品核心洞察

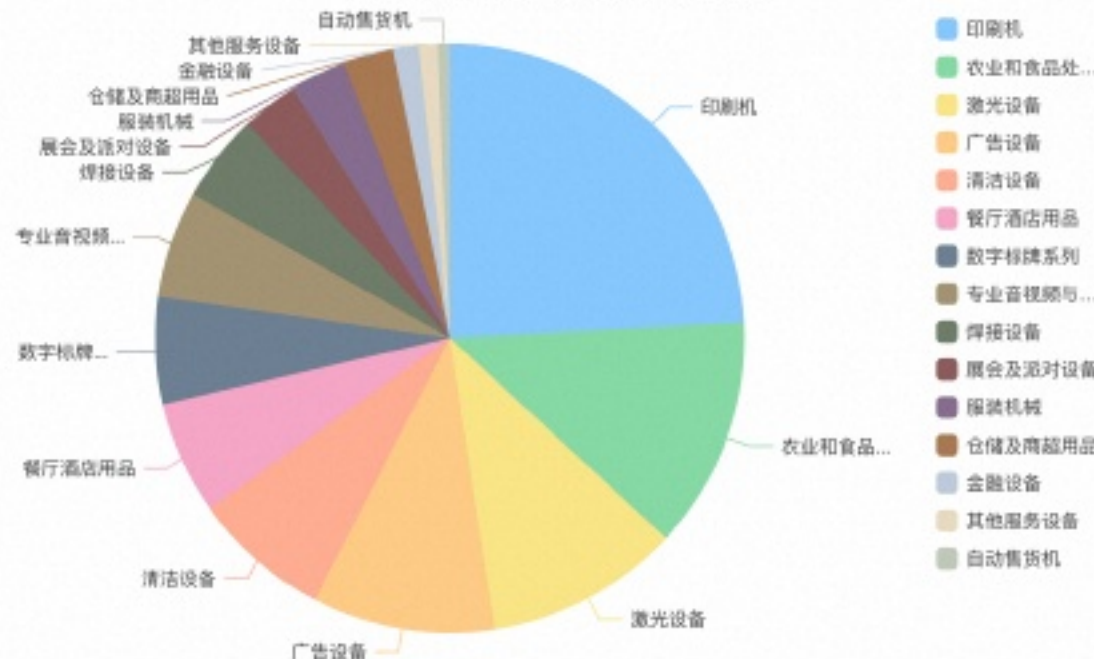
- 订单碎片化与“生计机械”崛起**：自动售货机、餐厅用品、食品机械的高增速，本质上是全球“微型创业 (Micro-entrepreneurship)” 的反映。买家不再是工厂主，而是流动餐车主、自助洗衣店主。这驱动了机械设备向“高频更换、低维护、快速到货”的碎片化交易转型。
- 从“长周期定制”转向“快节奏扩产”**：7D订单量的高增长，反映海外买家在面对市场波动时，不再愿意等待30天以上的定制周期，而是选择直接采购标准机型以实现快速投产。这种转型在加工制造类机械中（尤其是印刷机）表现明显。
- 针对“有效品多但订单少”的类目，检查是否因为“不支持小额样品下单”或“大重货运费设置过高”阻碍了7D成交。
- 完善“电压、频率、插头”等关键技术属性，降低沟通成本，提升交易品占比。针对农业机械中的养殖设备、清洁设备中的高压清洗机等，增加海外仓或常备现货。

商业设备及机械7D订单分布和同比

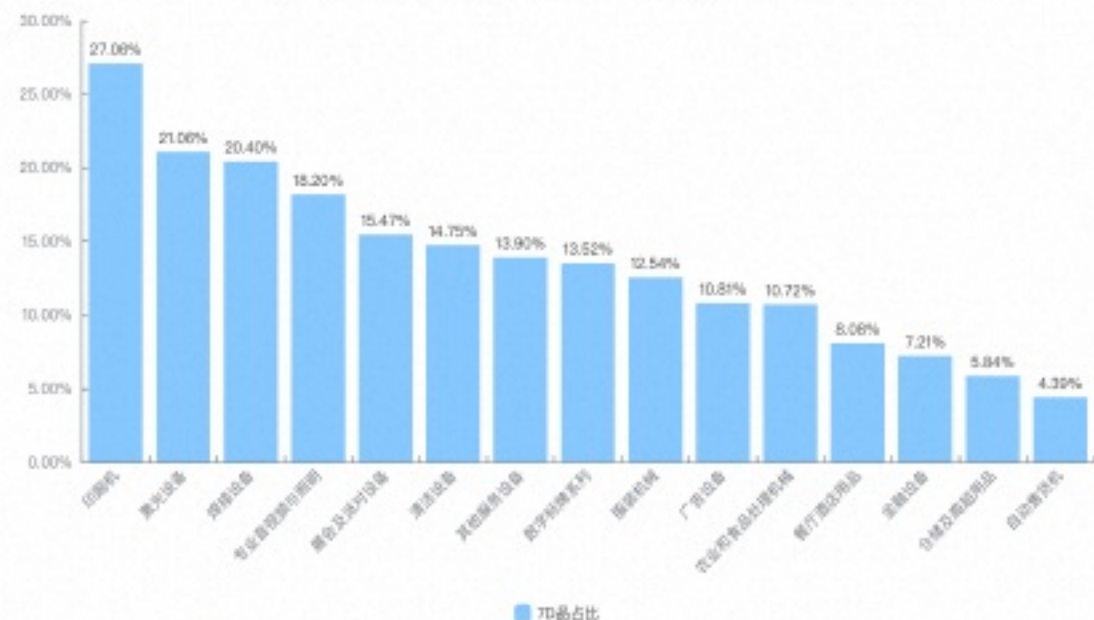


数据来源：截至2025年12月31日，国际站平台统计。

商业设备及机械7天可发货有效品分布



商业设备及机械各二级类目有效品中7D可发货交易品占比



商业设备及机械类目现状 - 交易量

交易结构 - 供需匹配洞察 (结合前面需求、供给情况)

- 供需增长差下的机会类目：**自动售货机需求增长远高于商家增长，属于典型的“求过于供”，存在很大入驻空间；餐厅酒店用品需求爆发与商家增长脱节，存量商家难以消化增量需求。
- 流量变现率：**激光设备和数字标牌系列两个类目单位流量产生的GMV最高，说明买家意向精准且单价/转化率双高。
- 产品类型转化趋势：**自动售货机、仓储及商超用品的商机品有效数增速远超交易品，买家偏好询盘定制；金融设备交易品增速超50%，买家对此类标准化程度高的设备表现出强烈的“快结”倾向。
- 海外现货高渗透和欧美市场依赖度：**服装机械、展会及派对设备、激光设备高海外现货渗透，其中服装机械（美国单量占总现货单量近90%）和展会及派对设备（美国占比超90%）表现出极强的北美偏向。激光设备的欧洲单量表现不俗，适合进一步扩大欧洲仓。
- 需求压抑市场：**自动售货机（7D订单同比大增近翻倍，但7D交易品占比不足5%）和金融设备（7D订单翻倍，占比不足8%）。这说明买家急需现货，但市场上可直接下单的现货供给极度匮乏。

商业设备及机械二级类目交易额（GMV）结构和同比



商业设备及机械类目现状 - 交易量

交易结构 - 供需匹配洞察 (结合前面需求、供给情况)

- 几乎所有类目直接下单订单同比增速都显著高于总单量，2025年商业设备及机械买家的“询盘意向”正在快速向“直接交易意向”转移。那些无法支持直接下单或7D履约的商家，即使总单量在涨，也正在失去核心的主动买家，这侧面反映买家对与“快速试样”的诉求明显增强；
- 识别出订单量与GMV背离的类目，需要重点关注：
 - 服装机械：订单增长但GMV下降，可能存在价格战或产品结构问题，需要检查定价策略和产品组合。
 - 餐厅酒店用品：订单增长快于GMV增长，转化效率有待提升，可能需要优化营销策略。
 - 展会及派对设备：GMV增长快于订单增长，客单价提升但订单量增长缓慢，需关注市场拓展。

商业设备及机械二级类目订单量结构和同比



商业设备及机械类目现状 - 交易量

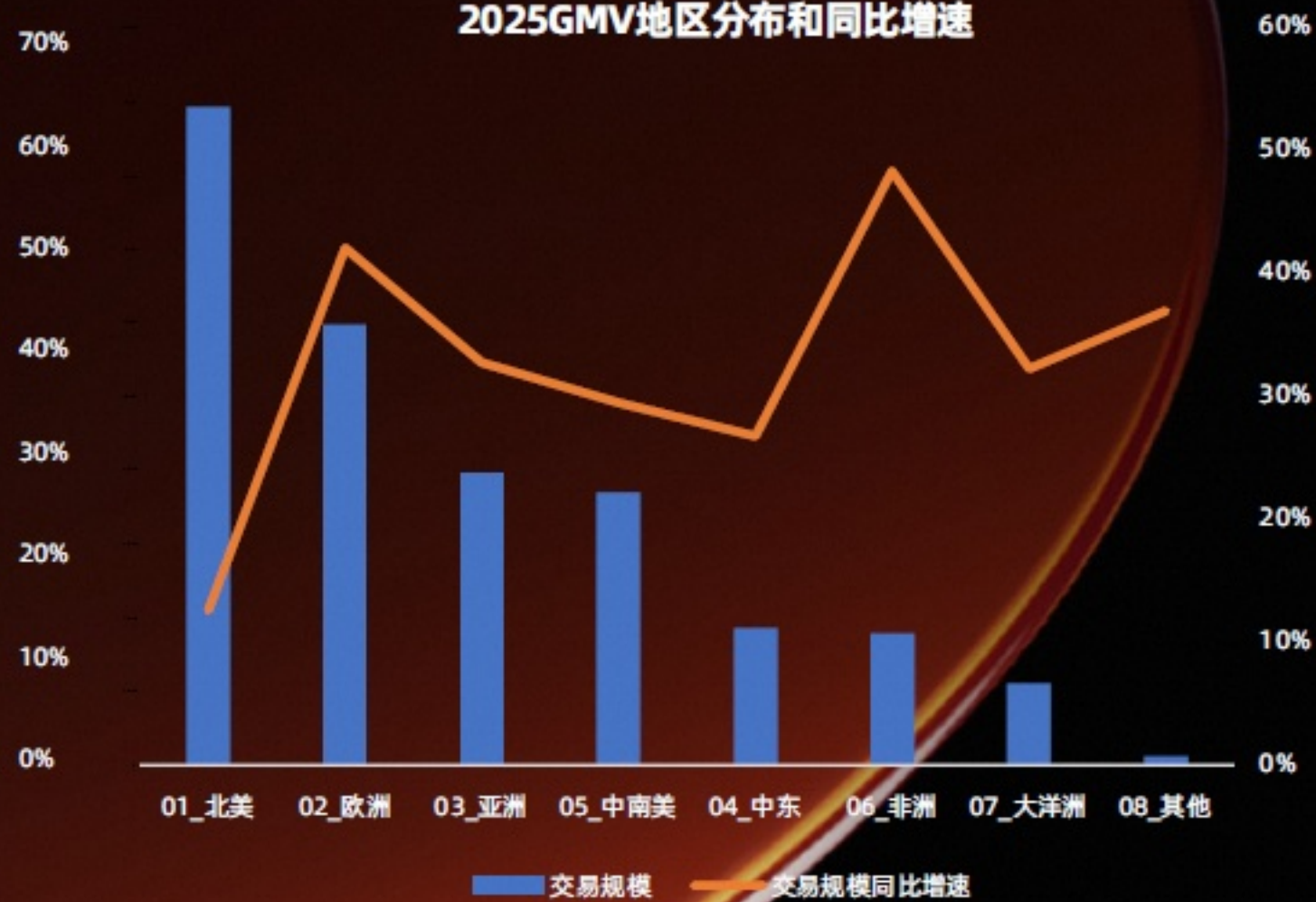
交易结构 - 供需匹配洞察 (结合前面需求、供给情况)

- 从交易结果看，北美地区依然是规模最大的市场，但同比增速弱于欧洲。
- 欧洲流量规模和增速整体领先北美，但欧洲买家对商品严肃性和供应商服务能力要求更高，曝光到订单转化整体弱于北美。需要提高针对欧洲市场的认证资质，例如：CE/UKCA/WTA等。
- 新兴市场中，非洲订单量引领增长，尤其是民生相关基础设施，例如：自动售货机、仓储及商超用品、餐厅酒店用品、农业和食品处理机械等，另外基础工业品如焊接设备、清洁设备等也保持较高增速。

2025年订单地区分布和同比增速



2025GMV地区分布和同比增速



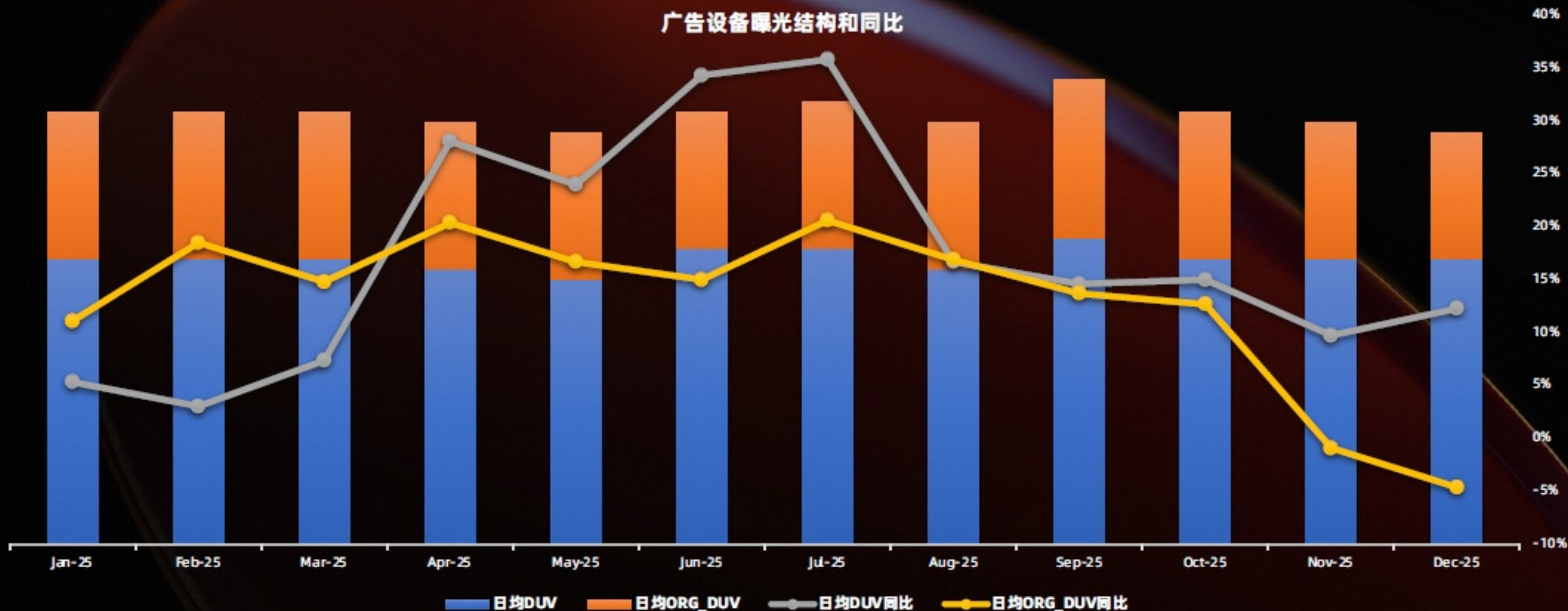
2026广告设备行业经营诊断与 增长决策报告

基于海关数据、站内交易与供需结构的深度洞察，为出口企业提供战略级决策支持

广告设备站内双重身份：流量支柱与交易核心

诊断结论：广告设备属于成熟且高频的交易赛道，承载大量流量转化任务，是支撑商业设备及机械行业大盘GMV走势的核心类目。另外，该类目自然流量占比均过半，客户自访问趋势明显。

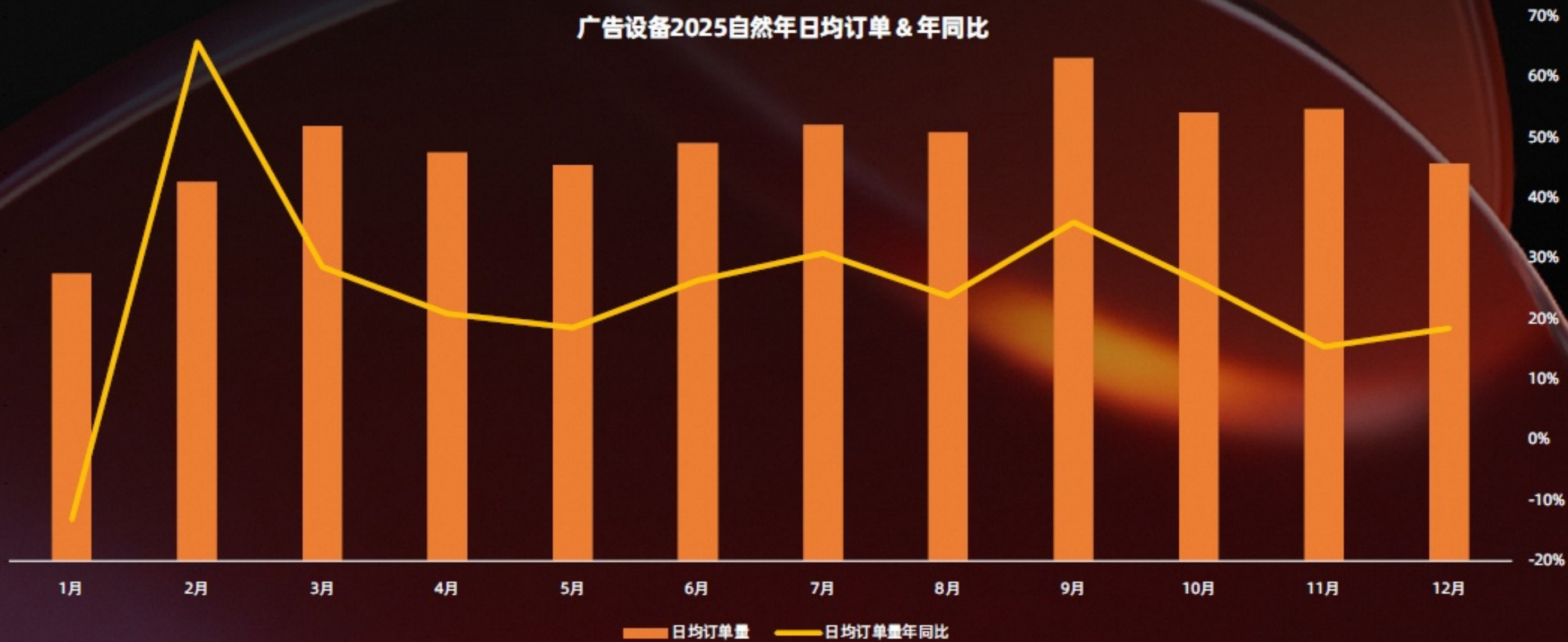
广告设备曝光结构和同比



广告设备

广告设备类目订单量2025年持续稳健增长，并保持稳定同比增长势态

广告设备2025自然年日均订单 & 年同比

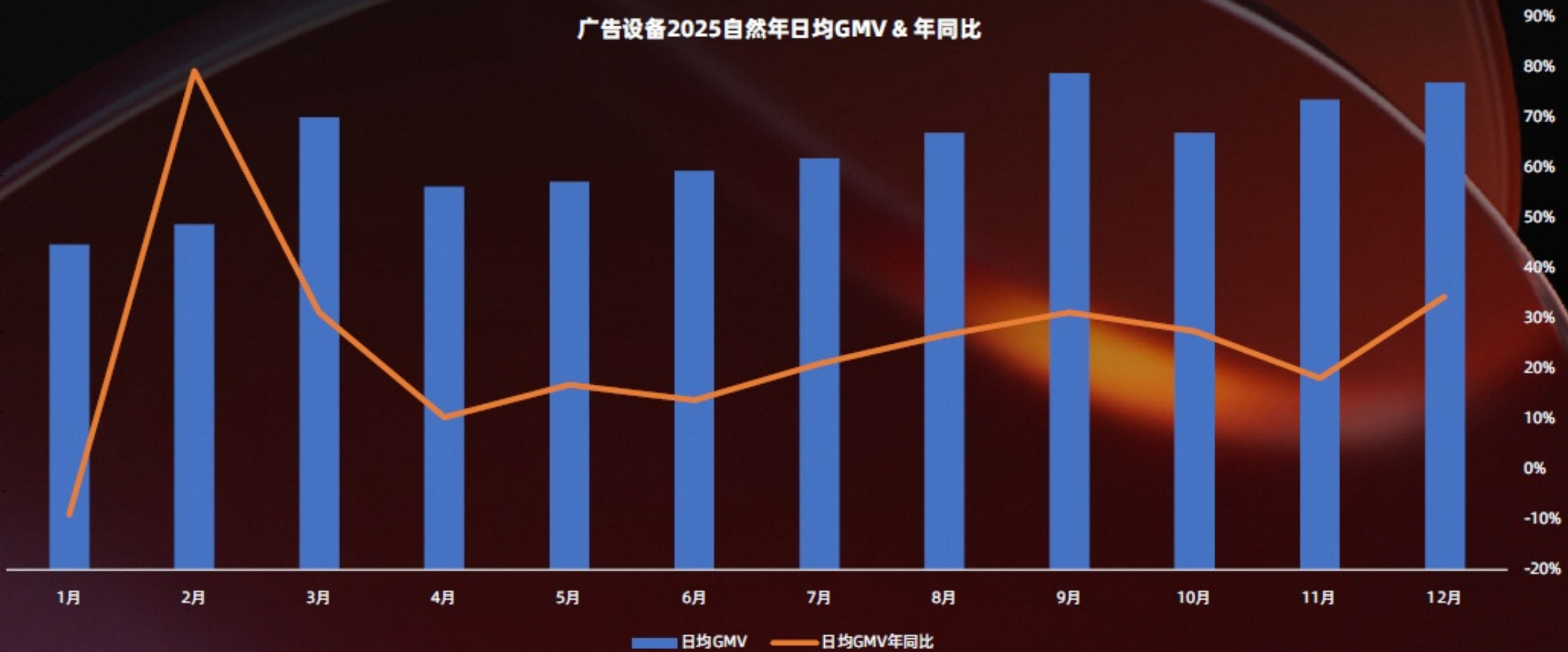


数据来源：截至2025年12月31日，国际站平台统计。

广告设备

广告设备类目交易额2025年持续稳健增长，2025年2月爆发性增长，后续阶段性有所下滑，自4月起保持稳定同比增长势态

广告设备2025自然年日均GMV & 年同比



数据来源：截至2025年12月31日，国际站平台统计。

行业定位

宏观贸易锚点：从传统印刷广告到数字媒体广告的转型

海关编码特征

核心HS Code呈现"软硬结合"趋势，反映行业数字化升级：

- **9405.61** - LED发光标志，代表智能显示方向
- **8531.80** - 视觉信号装置，融合光电技术
- **3919.90** - 塑料胶粘片，高分子材料应用

这标志着广告设备已全面从传统物理展架向数字化显示与高分子材料应用转型，技术含量显著提升。

>50

全球服务业PMI

持续扩张区间

3大

核心HS编码

数字化转型标志



区域景气度分析：三大市场的差异化需求

美国市场

驱动力：线下快闪店与商业活动回暖

需求特征：数字化广告标牌需求极度旺盛，品牌营销投入显著回升

机会点：Pop-up store配套设备爆发式增长

墨西哥市场

驱动力：近岸外包中心地位确立

需求特征：包装标示类设备需求激增，物流枢纽功能强化

机会点：工业标识与仓储标牌系统

东南亚市场

驱动力：旅游复苏带动消费场景重建

需求特征：餐饮/娱乐类灯箱标牌进入爆发期

机会点：多语言显示设备与户外广告牌

供需洞察

需求活跃度：采购心智从比价到高频复购



流量增长

日均DUV同比
+12%



订单爆发

订单量同比
+19%



精准转化

采购意愿度
大幅提升

核心洞察：流量增速不及订单增速，反映进入详情页的买家采购意图明显，已从“比价看品”转向“高频复购”阶段。买家心智成熟度显著提高，决策路径缩短。

供给结构危机：货盘失衡的红色警报

1 竞争格局

商家规模同比增长，但有效商品数同比下降，市场并未进入恶性内卷

2 有效商品

总量同比增长9%+，整体供给扩张

结构性失衡：危险的分化趋势

商机品（询盘品）

猛增，回归定制化老路，商家需在详情页丰富场景化、项目制或解决方案的内容

交易品（直接下单品）

负增长，标准化供给不足，商家需提供更多定制标准化模块产品，提升买家直接下单体验

❏ 风险诊断：在买家追求高效率、碎片化下单的背景下，供应商却在回归“深度定制”模式。标准化、现货化的交易品供给严重不足，供需错配加剧。

现货化红利：7D订单的巨大缺口



需求爆发

7D订单量同比增长**+32%**

买家对“现货快发”依赖性极强



供给缺口

有效品中7D交易品占比仅**11%**

绝大多数买家面临“无货可选”困境

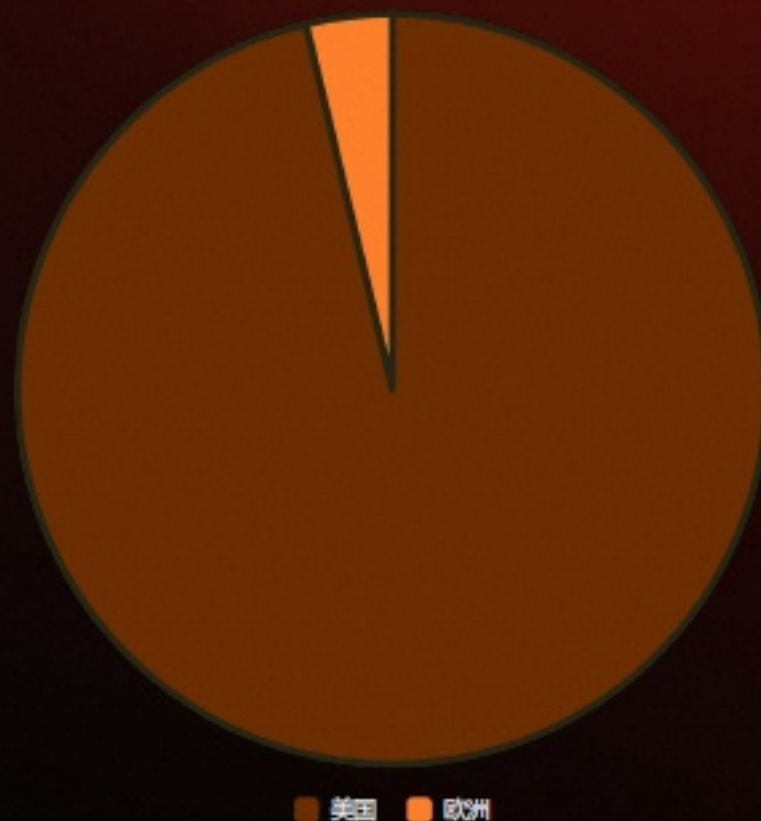


战略机会

谁先补齐7D货盘

谁就能承接**32%**的增长红利

海外现货单量地域分布（极端不平衡）



策略建议：海外仓布局应All-in美国（加州/美东仓），占比高达96%。欧洲市场目前更适合7D直邮模式，无需重资产投入。

交易效能与买家行为：碎片化直接下单成主流

转化效能稳健



GMV增长

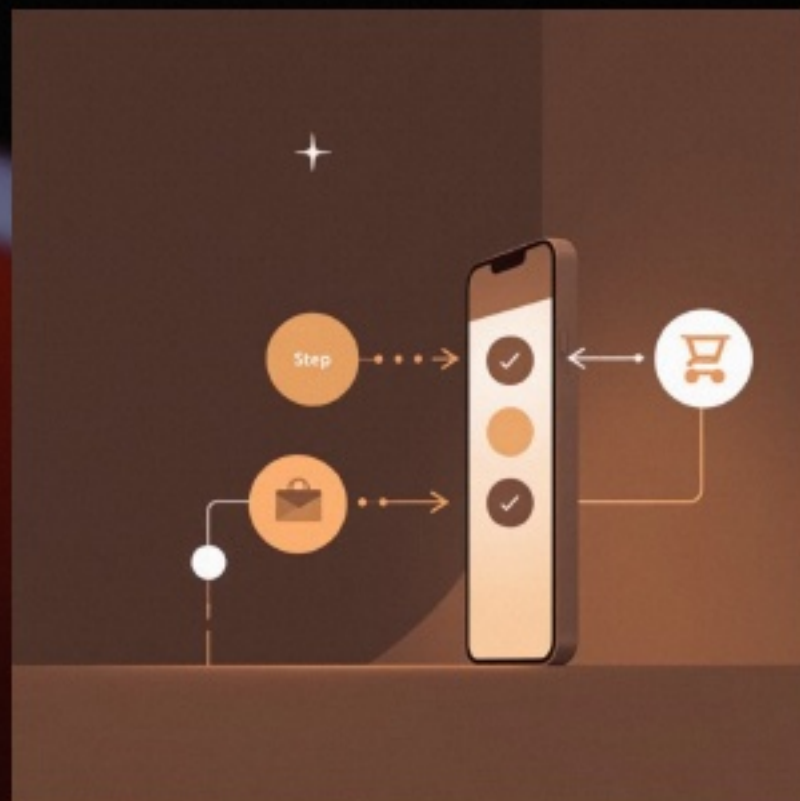
同比增速



订单量增长

同比增速

客单价趋于稳定，平台上行业尚未出现大规模价格战，主要靠规模增长拉动额度。市场竞争理性，利润空间相对健康。



买家路径革命

交易品直接下单订单量同比+19%，高于总单量同比+13%

- 心智定位：买家正快速向“碎片化直接下单”转型。广告展示架、海报架等标准化产品的买家不再愿意反复询盘沟通，倾向于看到清晰参数后直接支付。

运营建议：丰富快速轻定制交易品规模，针对灯箱、展架、台架、发光字等，配置轻定制项。

战略路径

2026增长战略：从“谈大单”到“供快货”

01

机会定位

归入【存量提效区】，具备“高潜现货”特征。流量稳健且交易份额大，但供给结构与买家诉求严重错位。

02

产品端优化

停止盲目上传重铺商机品。针对灯箱、易拉宝、LED标志等热销产品，将SKU属性全面标准化，大量转为“7D交易品”。

03

市场端聚焦

深耕北美，布局海外仓货盘，主打“US Local Stock, 5-day dispatch”。欧洲市场采用小包直邮+认证（CE/RoHS）策略。

04

AI效能提升

利用AI生意助手/AI结构化商详/AI发品工具/创意工坊等优化商品属性填报，详情页必须包含“3D效果图”及“清晰规格表”，减少二次确认成本，提升转化率。

供应商行动清单：抓住2026超额增长机会



供给侧重构

- 止损：停止上传低权重商机品
- 补齐：热销SKU全面转为7D交易品
- 标准化：详细参数+3D效果图+规格表



地域化布局

- 美国：All-in海外仓（加州/美东），主打3-5天到货
- 欧洲：7D直邮模式+CE/RoHS认证强化
- 东南亚：多语言详情页+旅游场景营销



AI工具赋能

- Maxwell/Eva自动优化商品属性
- AI生成3D效果图降低沟通成本
- AI结构化商详提升AI搜索及到访客/商机转化效率

核心结论

2026年广告设备行业的胜负手不在于“谈大单”，而在于“**供快货**”。谁能利用数字化手段补齐7D现货供给并精准锁定美国市场，谁将获得超额增长。现货化+标准化+美国海外仓=增长三角。

Module 04: 成交热品 (Trending Products)

2026爆款图鉴：高单价、高性能、高标准成交法则

❏ 标准认证成为转化关键：符合CE/UKCA/UL/COC/WVTA/NSF等的合规货盘在2026年溢价能力可以得到提升

广告设备热门商品画像



亚克力展示盒



可定制发光字



定制背光3D
不锈钢标牌



可定制牛津充
气管



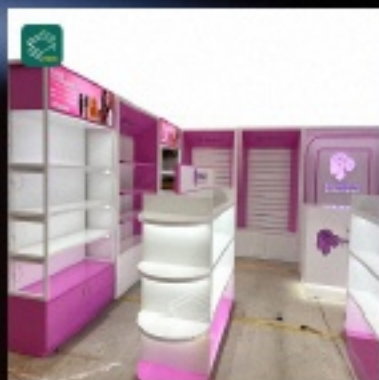
定制广告充
气拱门



自粘彩色乙烯
基卷



超薄边发光
灯箱



化妆品展示柜



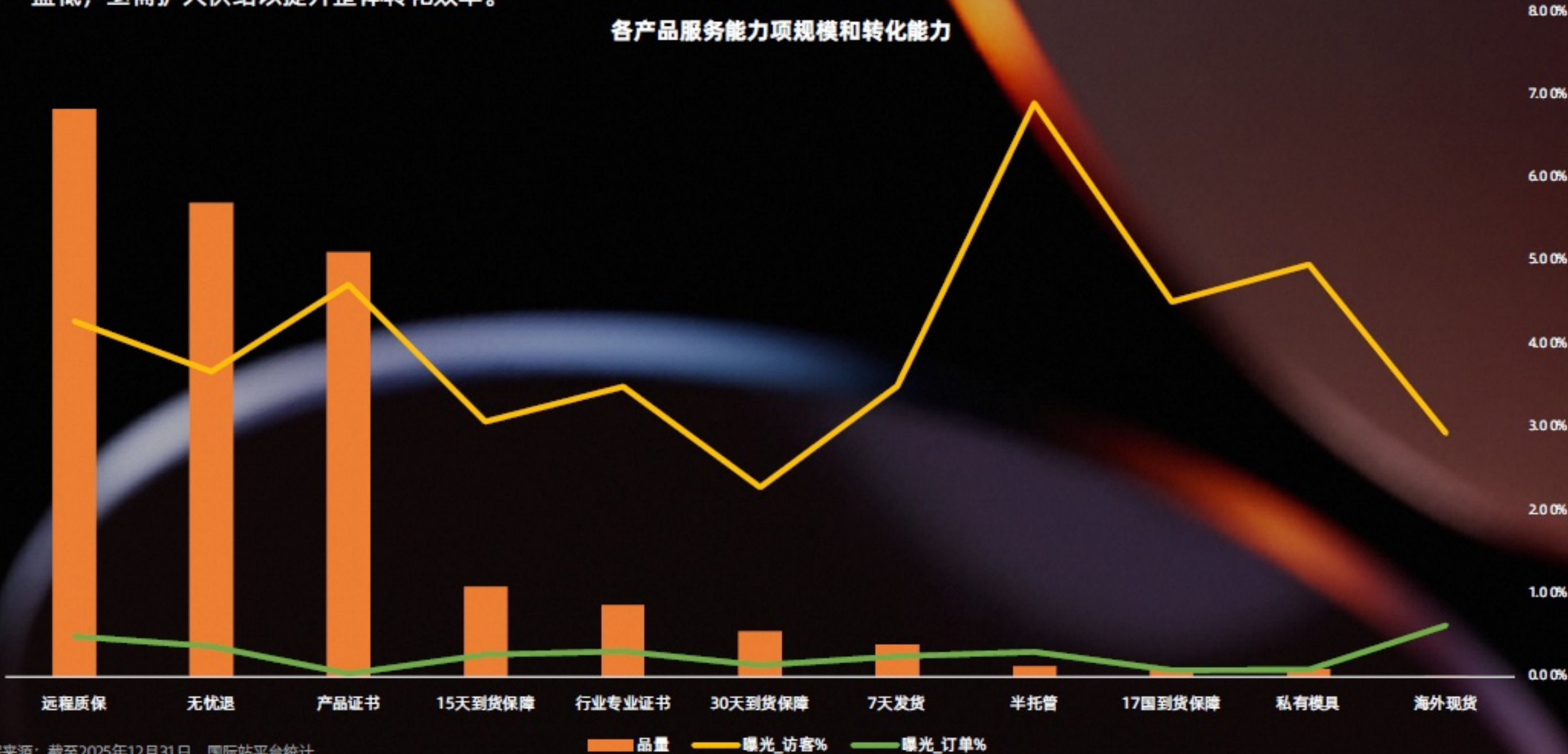
充气泡屋



定制超薄灯箱

- **半托管、产品证书、到货保障**等服务能力项在曝光-访客转化表现突出，但**半托管和到货保障商品规模有限**；
- **海外现货、远程质保、无忧退**等服务能力项在曝光-订单转化表现突出，目前平台给与两阶段流量助推，转化率有明显提升，但商家覆盖低，亟需扩大供给以提升整体转化效率。

各产品服务能力项规模和转化能力



数据来源：截至2025年12月31日，国际站平台统计。

Module 05: 热门搜索 (Trending Searches)

热词趋势与数字化转型实录

买家真实需求透视

Automation (自动化)

无人化操作成为搜索热度最高的关键词

Eco-friendly (环保)

可持续发展与低能耗成为采购决策要素

Portable (便携化)

轻量化设计满足灵活经营场景需求

特定技术参数 (如DTF打印机、MOPA激光) 的搜索量已超过通用类目词, 2026年后市场配件搜索权重持续增长。

转型成功路径

2x

GMV增长

现货备货+海外仓模式

数字化表达 (VR看厂/3D参数) 结合本地化响应, 成为从中国制造到全球经营的致胜关键。

40%

复购提升

碎片化耗材沉淀老买家



热搜词	搜索热度	热搜词	搜索增速
logo	63	light box	135.62%
display racks	35	neon sign	28.16%
display racks	35	advertising inflatables	51.24%
advertising inflatables	34	light box	135.62%
advertising inflatables	34	custom led sign	30.63%
stand	27	neon sign	28.16%
neon sign	25	led signs for business	19.91%
neon sign	25	custom neon sign	18.4%
light box	24	display racks	18.34%
light box	24	signage	7.73%

Module 06: 成功案例 (Success Cases)

AI时代的外贸增长方法论 --

商业设备及机械数据驱动增长指南

从存量盘点到增量突破，借力AI与平台能力



现状分析：数据驱动的存量盘点

根据国家统计局数据，2024年中国制造业增加值占全球比重达28.8%（世界银行2023年数据）。但数据化程度存在明显区域差异：东部沿海地区电商应用率达78%，而中西部等内陆地区传统制造企业的数字化应用率仅为32%左右，差距达46个百分点。

增长并非凭感觉，而是数据结构化重组带来的可长期发展模型。



新老客户贡献模型

深度剖析激光、印刷等长周期设备的**老客**配件**复购率**，优化**新客转化路径设计**，建立客户生命周期价值模型。通过后台数据拆解高产出的“压舱石”老客与“增量源”新客，诊断老客复购率与新客获取成本（CAC）是否处于健康区间。

*根据毕马威《中国制造业企业出海白皮书》，制造业企业通过完善的客户管理体系，可显著提升客户留存率和复购周期效率。



产品动销矩阵

识别**流量款**（Hero Products）带来新客流量，例如：激光切割机、DTF 烫画机等高频搜索产品；挖掘**盈利款**（Profit Products）中具有行业壁垒的高毛利产品，例如：大型肉类加工整线、商用制冷系统等高客单价方案。

*根据行业数据，高端制造业设备（如激光焊接系统）的毛利率通常在35-45%，而标准化产品的毛利率在15-25%，差异显著。



痛点精准诊断

避免“重生产、轻数据”现象，利用平台工具识别响应时长、规格缺失导致的商机流失。盘点过去一年经营数据：单机销量与系统集成方案的**成交占比**、**客单价分布**、**利润贡献度对比分析**。

*中国制造业出海企业通过数据驱动决策，可实现产品结构优化和成本控制，进而提升整体ROI。

需求与量化——目标市场及客户的结构化拆解

了解市场全貌，别只看局部



欧美成熟市场

核心关注：能效标准与产品认证（CE/UL）

热门需求：商用洗碗机、激光焊接设备、节能型制冷系统

决策因素：长期运营成本、环保合规性、售后服务体系

市场规模：北美工业机械市场占全球48.6%份额，预计2026年市场规模达8442.5亿美元。欧美买家平均决策周期为3-6个月，更看重产品的长期价值和合规认证。



东南亚/拉美市场

核心关注：快速创收能力与投资回报周期。

热门需求：休闲食品机械（爆米花机/冰激凌机）、服装缝纫设备、小型加工机械

决策因素：初始投资成本、操作简便性、快速盈利能力

市场规模：东南亚电商包裹量2025Q3达20亿件/年（同比增长79%），驱动物流和食品加工设备需求快速增长。该地区买家平均投资回报周期预期为12-18个月，对价格敏感度高。



中东/非洲市场

核心关注：设备稳定性与生存刚需，急需降低成本、提高效率和小型加工方案。

热门需求：榨油机、畜牧养殖设备、基础食品加工机械

决策因素：耐用性、维修便利性、适应恶劣环境能力

市场特征：中东为全球核心市场，与中国保持长期稳定的能源贸易关系。该地区对设备的耐用性和本地化服务要求高，平均设备使用周期为8-10年。

把客户的模糊需求变成明确的产品指标，是精准匹配的第一步。企业要理解不同市场的核心需求，将“耐用、易修”等需求转化为具体产品参数和服务承诺。

能力与货盘——非消成交的底层基建

能力是品牌的脊梁，货盘是成交的“钢弹”

✓ 能力背书体系构建

利用“金品诚企”视频化展示核心优势：3D打印实验室、激光切割精度演示、金融设备安全性测试、质量管理体系认证。通过可视化内容建立买家信任，缩短决策周期。根据TRUMPF案例，采用AI辅助的图像识别系统（EasyModel AI）可将焊接精度识别时间从数小时降低至数分钟，显著提升生产效率和产品一致性。

✓ 分层货盘应用场景

1

交易品货盘

现货/轻定制模式

面向买家：针对海外修配厂、小分销商，布局“海外现货、7天发货、快速轻定制”。利用跨境物流集货模式，对冲内陆运输时效压力

适用产品：验钞机、咖啡豆研磨机、焊接电烙铁、DTF打印机、小型商用设备

核心卖点：7天快速发货、海外仓现货、即买即用，满足买家开店紧急需求

市场数据：标准化商用设备平均毛利率15-25%，但通过海外仓模式可提升客户满意度，增加复购率。

2

商机品货盘

深度定制/工程模式

面向买家：针对工程商、生产商，通过商机定招、3天出图/7天出样、设备维修险等展示大宗订单定制承接能力，强化“设计-生产-安装-售后”全链路解决方案

适用产品：工业级绣花机、屠宰加工整线、餐车、户外拼接屏、大型舞台灯光系统、自动化生产线等

核心卖点：深度 OEM/ODM 实力、商机定向招募、承接高净值工业合同

市场数据：高端定制设备毛利率35-45%，客户生命周期价值是标准产品的3-5倍。中国制造业企业通过系统集成和整线解决方案，已在全球市场占据竞争优势。

供需匹配——数字化属性定义的“精准曝光”

精准的属性表达，是设备&机械穿越搜索噪音的唯一信标。

根据中国新电商发展报告（2025），AI大模型已深度渗透直播选品、智能客服等关键环节，78%的直播电商积极应用生成式AI优化运营流程。VR/AR技术打造的沉浸式购物体验使商品转化率大幅提升40%。

店铺基建的场景化重构

设备及机械商家不应只列出产品参数，利用好AI结构化商详，以及AI店铺装修展示实际使用场景，例如为北美寒冷地区提供的防冻给水整套设备方案。

- 从只列产品到讲场景故事
- 从只看参数到体现使用价值
- 从卖单个产品到提供整体方案



场景化展示策略

从硬件到方案：店铺基建强调完整场景化呈现。例如展示“全套烘焙坊设备解决方案”而非单台烤箱，提升买家对整体采购的认知和信心。根据毕马威研究，采用场景化展示的商家相比单品展示的转化率提升30-40%。



属性深度穿透

核心参数填充：深度标注功率规格、产能输出（Output）、核心部件品牌（如IPG/Raycus激光源）、能效等级、认证信息等关键属性。IPG Photonics的LightWELD激光焊接系统通过精准的技术参数标注，使买家能够快速评估设备是否符合其生产需求，缩短决策周期。

营销推广——大促活动的节奏安排

大促不是只靠降价，而是要讲究策略和配合

根据海关数据，2024年上半年中国跨境电商出口额1.03万亿元，增长4.7%。其中，**新兴市场表现突出**：东南亚电商市场增速达15-20%，拉美和非洲地区增速达12-18%，而欧美成熟市场增速仅为3-5%。即时零售GMV增速达19.5%，远超同期全国网上零售额12.3个百分点，说明用户对快速、精准服务的需求日益增长。

准备期：积累客户，智能测款

利用AI工具筛选潜力SKU，通过小规模测款锁定大促的主推款，**商家主会场“务必竞榜”，商品分会场“应报尽报”**，建立买家意向池。利用直播间展示设备动态作业过程，增强买家信任。

1

2

3

后期：持续跟进，深度转化

针对激光、大型印刷机等长决策周期设备，通过大促留资进行二次深度跟进转化。擅用CRM精细化管理、定制化方案输出。

爆发期：全面推广，圈战突破

结合圈战资源，将营销预算集中在“打标”及“定招”品类，实现流量与转化的双重突破

汽配行业策略示例

针对三月换季保养高峰，主推滤清器、刹车片等高耗损件的规模化促销，抓住季节性需求窗口期。



关键洞察：大促成功的关键在于精准的节奏把控和资源聚焦，而非简单的价格战

破局之道——商业设备商家的“三角增长模型”

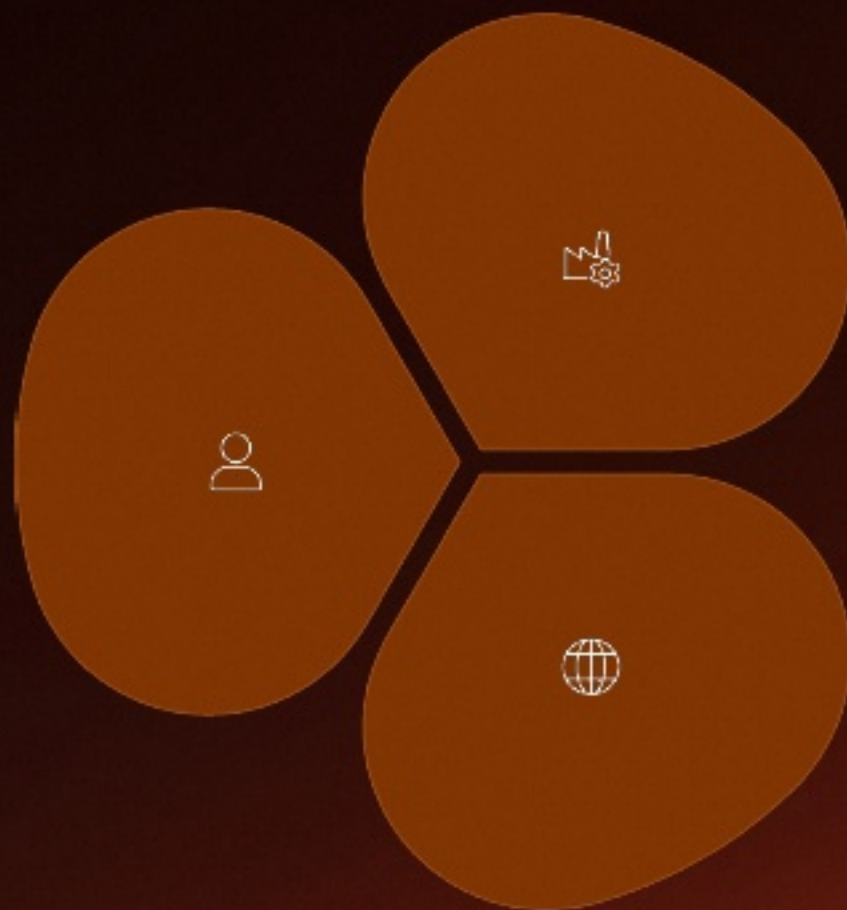
AI 是新时代的“蒸汽机”，让中国制造不再有“数字时差”。

根据中国数字贸易发展报告（2025），全球数字交付服务贸易额2024年达4.78万亿美元，同比增长9.8%，近10年年均增速达9.2%。中国制造业出海模式正从“产品出海”“产能出海”逐步迈向“**产业链供应链出海**”新阶段。AI预测模型可有效支撑购买行为预测与流失预警，数据分析技术在市场洞察、客户画像构建、供应链风险预警等场景发挥关键作用。

人效突破

AI 生意管家（Maxwell/Eva等）实现全天候多语言翻译与复杂工业参数自动回复

OKKI CRM自动化管理长周期大单，客户跟进效率提升



产品突破

通过平台“搜索热词”与“供需失衡数据”，指导激光设备、超硬材料、通用机械进行反向研发

精准卡位全球市场真空带，将数据洞察转化为产品创新

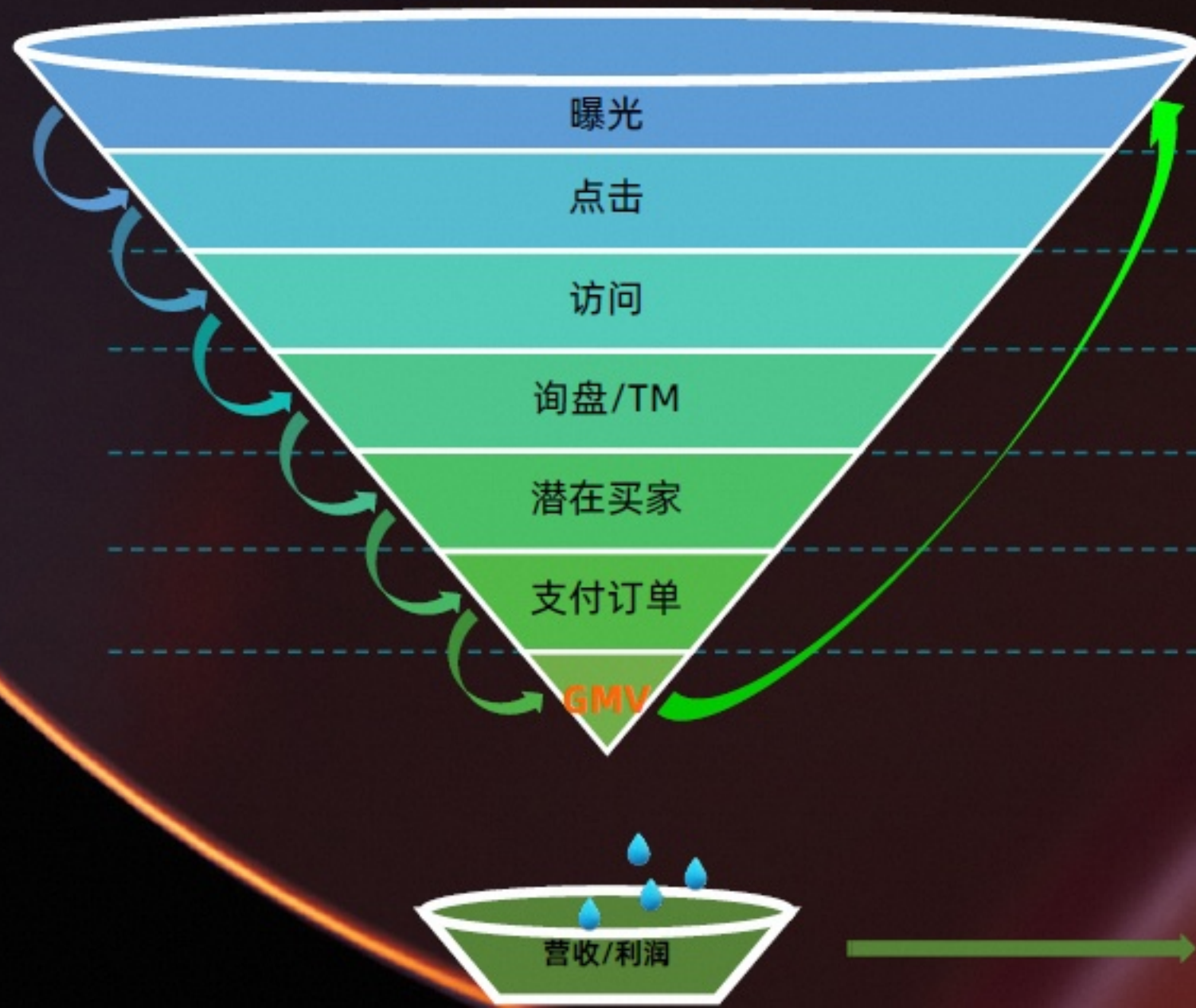
市场突破

借力 AI 产品快速渗透新兴市场

绕过传统代理商体系，直达终端工厂主与店主，缩短交易链条降低成本

基于事实的分析：供应链的复杂性决定了效果分析归因多元

转化漏斗，核心在转化



- 搜索、推荐、导购在**投资中的分配逻辑**
- 标题、图片等**促进点击欲望**，以及**跳转流失去向分析**
- 访客来源、被访产品**集中度分析**
- 商机来源、商机产品集中度分析、**商机是否有分层和分配逻辑**
- 业务转化是否可以不断复盘，沉淀为SOP，**不断提高品效/人效**
- 订单来源、复购分析、订单**销售及利润率分析**
- 围绕交易为核心的**经营闭环**

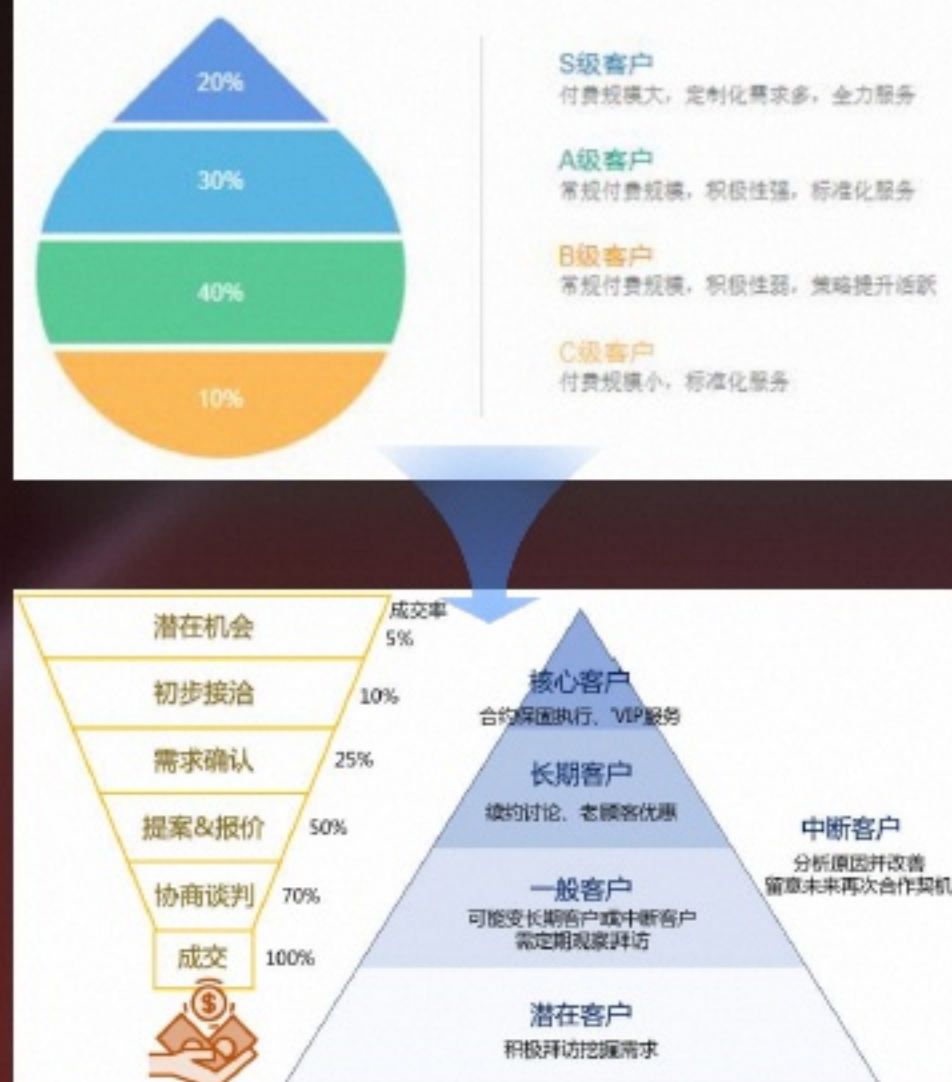
供应链迭代 | 运营效率 | 业务增长 | 品牌升级

认真耕耘私域：属于“你的”目标客户/市场与分层

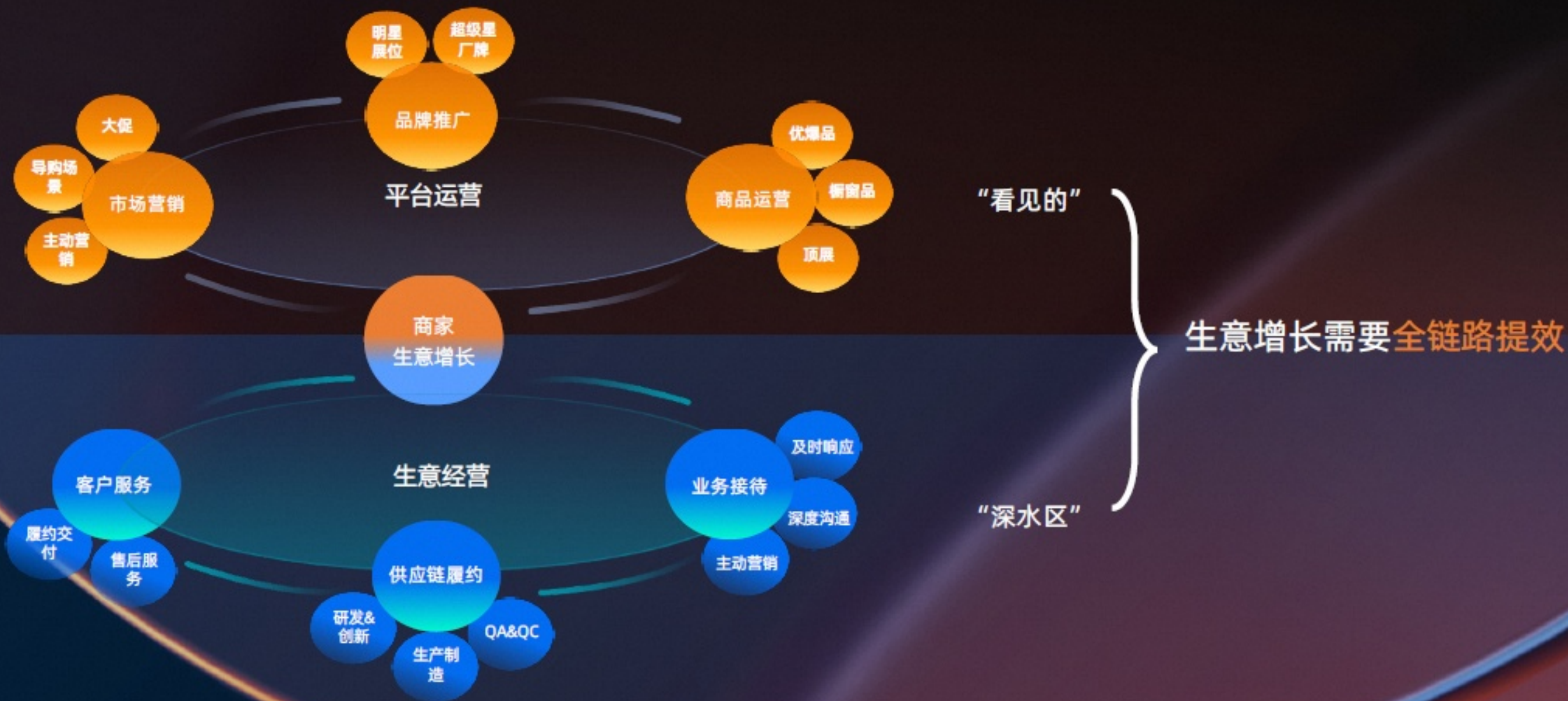
腰部客户评分标准

一 条件	占比分数	审核人	参考人
1.询盘数量金额为1WUSD+（且数量是客户要求，非业务主动按照MOQ报价）或产品匹配	30	Q	007
2.邮箱后缀或前缀且能搜到公司	5		
3.官网与我司匹配	5		
4.客户产品应用	5		
5.有专业公司介绍（第一封邮件或询盘）	10		
6.有邮件签名（职务/公司名字/联系方式）	5		
7.海关数据搜索年采购额20WUSD+	5		
8.有三个及以上的办事处	10		
9.官网产品聚焦且有经营理念	10		
10.客户画像为：经销商/大型商超/印刷厂/标签厂	10		
11.员工超过20人以上	5		
二 标准			
总分满分.若前三条均满足，50分及格.若前三条有任意一条不满足则60分及格.			
三 执行			
每周一次复盘会（业务/采购/技术），腰部客户三月评估一次且优胜劣汰			

客户分层基本策略



成功要素：“平台”+“商家”共同成长，才可实现生意全新增长！





01 运营

更多商机来源

运营计划：营销、推广、曝光、点击、访客、询盘/TM等

02 业务

更高成交转化

业务计划：客情、产品、主动拜访、售前/中/后

03 供应链

更好业务支持

生产计划：原材料、产能、应急处理、物流履约

04 老板

更准决策支持

商业计划：业务方向、财务资源、人力资源、品牌、文化

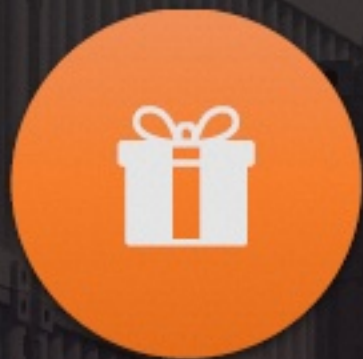
商家国际站运营核心四件事

| 运营重点 - 和平台行业运营方向保持同频



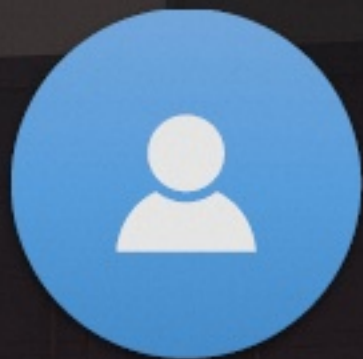
信息获取

- 时刻关注，并且保持学习
peixun.alibaba.com;
- 关注自身星等级的保持和提升，看到自身的不足项；
- 留意商家钉钉群行业小二发布的动态，积极报名参加参与各项活动。



店铺商品

- 重点关注行业定向征品；
- 做好自身店铺的基本类目管理；
- 保持高频次的新品发布，以新品拉动买家关注，触发询盘动作；
- 发布规格化商品，方便买家整体询盘和交易链路的通畅；
- 定期完善商品的应用属性；
- 做好店铺的季度性装修。



营销活动

- 积极关注并且报名行业相关活动，不同类目和区域请联系专属的运营小二
- 关注商品和店铺转化率数据，及时作出调整；
- 如有需要在达到指定星级（4星级及以上）后，将得到行业小二专属的运营诊断。



数字化沉淀

- 沉淀数字化线上交易，关注优质商品的打造和发布；
- 做好交易履约保障，高履约率是各项活动和大促前有效的积累；
- 提高自身供应链效能，关注适合自身的物流模板。

成功案例

SHINELONG Kitchen Equipment Co.,Ltd

Thousands of kitchen equipment

16 nationwide agents with local services

Recommended by 5-star hotels and Executive Chefs

Alibaba.com

Verified X

"Building Better Kitchens"

BRAND

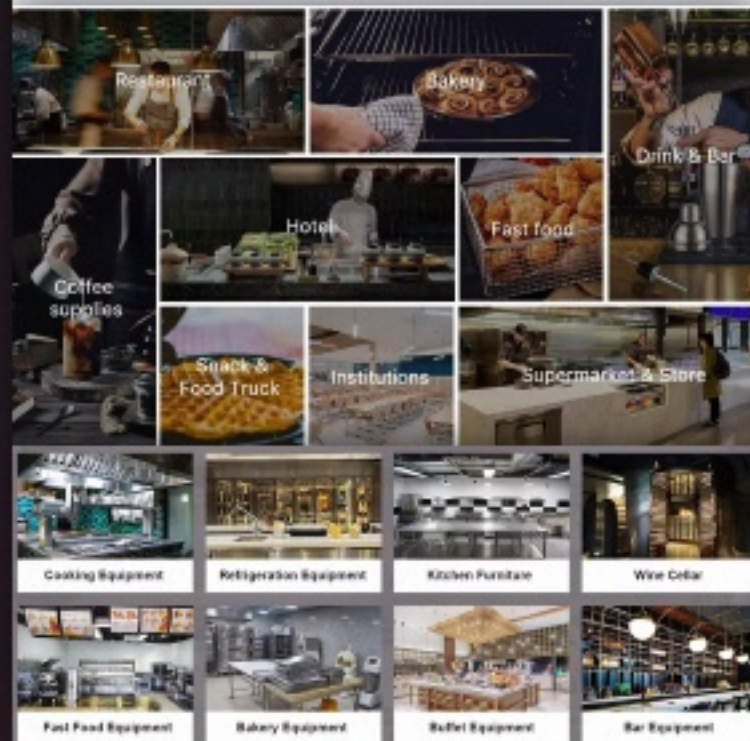
Extensive portfolio of successful cases and happy clients

GLOBAL MARKET

Authorized brand distributor in 10 different countries

AFTER-SALES

Overseas showrooms and after-sales service



Cooking Equipment

Refrigeration Equipment

Kitchen Furniture

Wine Cellar

Fast Food Equipment

Bakery Equipment

Buffet Equipment

Bar Equipment

CHOOSE SHINELONG=HAVE A PEACE OF MIND

Hotel & Resort

Specialty

Coffee & Drinks

Fast Food & Bakery

Other Institution



RECOMMENDATION LETTER



WHAT OUR CUSTOMERS SAY



Executive Sous chef / Italian Chef

Andrea Donazzan



Professional advice in your solution, including consultation & design, equipment supply, project quotation, installation & commissioning, after-sales & maintenance.



Saint Germain Café-restaurant Français, Chef & Owner

Chris



I'm constantly on the lookout for the latest in cuisine. To make sure things go smoothly in my kitchen, I need a partner who delivers unmatched quality & uncompromised service from end-to-end. And I found Shinelong.



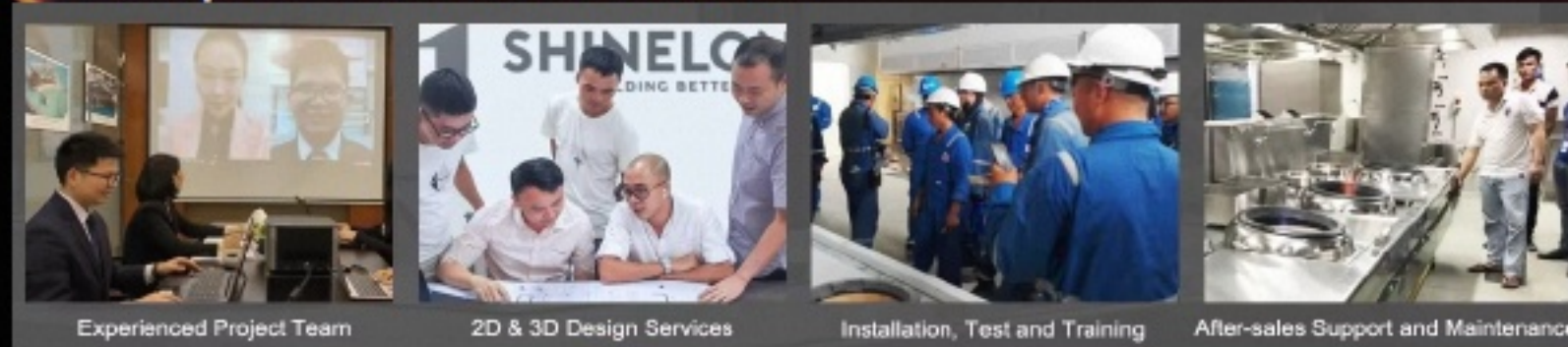
Ramada hotel & amwaj island Executive Chef

Ramzi Jalal



We have good cooperation with Shinelong team, they have great concepts about kitchen design and supply, very professional in food service industry, so they can do well as they said -Building Better Kitchens

One-stop commercial kitchen solution



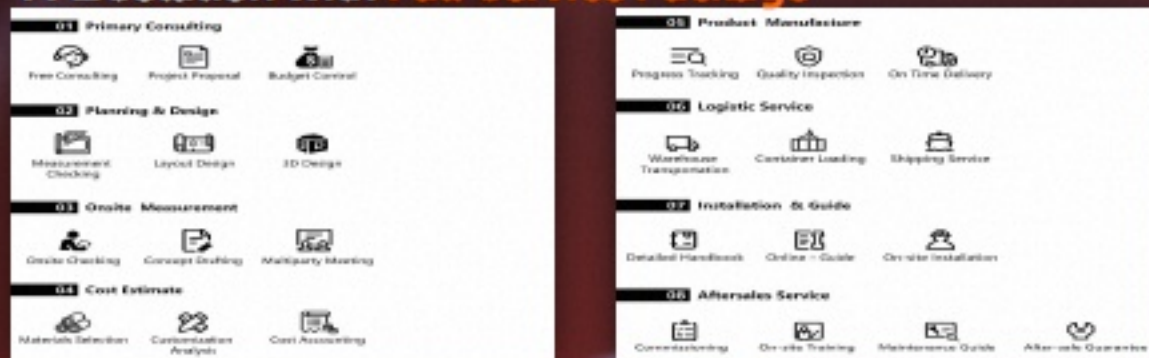
Experienced Project Team

2D & 3D Design Services

Installation, Test and Training

After-sales Support and Maintenance

A-Z solution with Full-service Package



THANK YOU

阿里巴巴国际站 | 商业设备及机械行业运营团队

让每一台中国设备，服务全球每一个角落

