

给展商老板们的几句心里话：

展会见得多了，有些话特别想跟您聊聊。

每年跨交会，几千家工厂从全国各地赶来，热热闹闹布展，可几天下来，有的展位人挤人，有的却冷冷清清。其实不是产品不好，就是差那么一点点：买家在门口站了三秒，没看到想看的信息，扭头走了；或者聊了两句，发现彼此不在一个频道上，散了。就挺可惜的。

今天不整那些虚的，就跟大家掏心窝子聊几句，怎么让这次参展不白来。

一、先搞明白：来逛展的，到底是谁？

如果您还想着“来个大客户，一单下几十个柜”，可能会失望。

现在逛跨交会的主力军是这些人：

1.刚起步的小卖家：可能就两个人，租个公寓当仓库，正在到处找愿意接小单的工厂

2.做亚马逊的中等卖家：有了一定量，想找能长期稳定配合的供应商

3.TIKTOK主播/社媒博主：想找长得好看、有话题性、适合拍视频的“新奇特”产品

4.独立站站长：需要产品有差异化，不想和亚马逊上几千家卖一样的

5.海外仓/物流商：帮客户找能一件代发的货源

他们不是来下传统意义上的大订单，是来找“能一起做事的人”。今天的小卖家，明年可能是你的大客户；今天的主播，下个月可能带出一个爆款。这个心态有了，后面的做法自然就顺了。

二、展位布置：别让买家站在门口猜

1. 办事儿先“亮证”！

见过太多工厂，明明有CE认证、有UL报告、有FDA，却收在文件夹里。买家在门口看了三秒，不确定这产品能不能卖欧洲、能不能进美国，犹豫一下，走了。其实特别简单——弄几个小立牌，直接写在产品旁边：

这款有UL认证 → 适合北美

这款有PSE → 日本站放心冲

欧盟CE/RoHs都齐了

就跟餐厅把“招牌菜”写在门口黑板上一样，让人一眼就知道“这就是我要找的”。

2. 贴张世界地图，让数据说话

花几块钱买张世界地图贴在展位显眼的地方，让来过的人帮你贴贴纸——他们做哪个市场，就把贴纸贴哪。

注：组委会也有发布白皮书，可以找自己的销售要一份哦!!! 里面涵盖了我们精心筛选的各个类目的爆品数据报告，说不定就有你家的!

两天下来，地图上哪儿贴满了，你就知道你的产品适合哪儿了。这也会成为你和下一位买家聊天的话题：“你看，这两天好多做欧洲的都对这个感兴趣，你要不要聊聊？”

3. 能定制这事儿，得喊出来

很多老板说：“我们开模能力很强的，什么都能改。”但买家站你展位前，看了一圈都是成品，心想：哦，就是个卖现货的，没我想找的那种。其实哪怕只带三五张照片，贴在角落写上：

来图定制 / 开模定制

颜色/LOGO/包装都可改

最小起订量X件起

这几行字，比你说十句话都管用。

4. 包装盒别扔，那是卖家的命

很多工厂布展时，拆了包装就把盒子扔一边。但跨境电商卖家最关心的就是这个盒子——多大？重不重？能不能直接贴单发货？

小建议：把产品的电商包装盒留着，放旁边，贴张纸写清楚：

装箱后尺寸：30*20*15cm

装箱后重量：1.2kg

支持原包装发货 / 支持贴单代发

这对卖家来说，信息量巨大，省了他们回去再问来问去的时间。

三、接待话术：切忌上来就问“你要多少”

1. 第一句话怎么说？

别问：“老板看看我们产品，质量很好价格便宜”（像大路货，没记忆点）

也别问：“你要多少？什么量级？”（小卖家刚起步，一问量就吓跑了）

可以试试：先看一眼他胸牌上的公司名，或者直接问：“您好，方便问下您主要做哪个站点吗？”

如果他说“美国”，你就接：“巧了，这款我们上个月刚发了一批FBA，包装优化过，能帮您省点运费，要不要看看？”

真的需要了解一下FBA的规则哦，可以找销售要一份组委会编撰的186问，里面记录了详细的跨境电商常见问题以及术语解释等

如果他说“欧洲”，你就接：“这款有CE，电压也合适，很多欧洲卖家都拿这款。”

人家一听，哎？这老板懂行啊，自然就聊下去了。

2.遇到说“价格贵”的，怎么接？

跨境电商卖家比的不是绝对价格，是总利润。

可以这么聊：“您说的是出厂价，但您看，这款因为设计独特，在欧美能卖得比同类高30%；而且我们质检严，退货率不到1%，能帮您省下不少售后成本。算下来，您到手的利润其实更高。”

再次提醒我们有白皮书有详细数据报告哦!!! 可以找销售要!!!

3. 小单怎么办？真诚地说清楚就行

如果你实在没精力接小单，没关系，但可以说清楚：

“我们最小起订量是500件，不过我们有合作的云仓，可以一件代发，您要了解一下吗？”

“我们主要做整柜，但隔壁展位老李那边可以拼单，要不要我帮您介绍一下？”

人人为我，我为人人，众人拾柴火焰高，参展的同时也是来交朋友的呀，大家互相介绍客户，这订单不就滚起来了！

把这句写出来、说出来，小卖家心里就踏实了，知道你是真心想帮他们，不是嫌单小不理人。

四、几个容易被忽略的细节

1. 别只摆产品，要摆“解决方案”

传统大贸喜欢摆得满满当当，恨不得把所有型号都铺上。但跨境电商卖家时间紧，他们需要的是——哪个适合我？

可以简单分几个区：

亚马逊/独立站热销款区：贴个标签，暗示“这款适合电商”

TikTok/社媒款区：挑那些长得好看、有话题性的

新品/趋势款区：哪怕只有两三件，让人知道你有研发能力

2. 给产品挂个“身份证”

除了材质、规格，再加几行电商关心的信息：

适合站点：欧美/日本/东南亚

包装体积/重量

现货情况：有现货/7天交货/需定制

可调整项：颜色/LOGO/配件

3. 准备点小册子，哪怕只有几页纸

如果工厂有实力，可以简单打印一份《2025年品类趋势小贴士》——哪怕只是几页，讲讲今年流行什么颜色、什么功能、什么材质。

再再再次提醒我们有白皮书!!! 免费免费免费!!! 可以找销售要哦!!!!

买家拿着会觉得：这老板是懂行的，不是只做加工的。

五、展后别冷场，黄金48小时

1. 加了微信，然后呢？

切忌一上来就发一堆价目表轰炸。

对大一点的卖家：24小时内发产品目录、认证文件、报价单，附上展会合影，约寄样时间

对小卖家：48小时内发一份《小卖家起步方案》，告诉他们哪些款支持混批、哪些可以一件代发

2. 建个群，保持联系

可以拉个“新品抢先看”群，不用天天发广告，偶尔发发新款、讲讲市场动态。

可以关注一下我们《跨数据研究院》微信公众号，我们会在上面发布各类的数据报告哦!!!!

今天的小卖家，明年可能就是最大的客户。

说到底，参展就像相亲，你把自己收拾得清清爽爽，想清楚自己有什么、能给什么，然后真诚地站在那儿，把话说清楚，把牌亮明白，总能遇到合适的人。别怕小单，别嫌麻烦，别觉得买家不懂你——咱们主动一点，把信息给到位，生意自然就来了。

咱们展会见，有什么需要帮忙的，随时找组委会的小伙伴。