



• 工厂 • 获客资料

"可验厂"工厂主页蓝图

让西方品牌信任你的工厂、并持续返单的 8
个可信度信号

适用于向全球品牌和进口商销售的工厂。

China Wins Global 出品 • 赢

深圳 • 广州 • 义乌

SHENZHEN • GUANGZHOU • YIWU

— 一个核心观点

一位西方采购经理，不会选最便宜的工厂。他们会选那个让他们**敢把品牌押上去**的工厂——一个他们能去验厂、能向老板交代、能安心返单而不出乱子的工厂。你的领英主页，就是他们在给你发邮件之前所做的第一次"审核"。这份蓝图，让你通过这次审核。

— 蓝图 —— 8 个信号，按顺序

1. 标题：你做什么 + 为谁做 + 一个佐证

- 弱："Manufacturer since 1998"
- 强："OEM/ODM manufacturer of [PRODUCT] for US & EU brands • BSCI + ISO 9001 • 200 workers, 3 lines"

2. 认证，直白列出

列出买家为了向上交代而需要的认证：BSCI、Sedex/SMETA、ISO 9001、ISO 14001，以及相关的 FDA/CE/FSC。写明是哪些、何时审核的。缺认证 = 缺订单。

3. 真实的车间内容

实际产线、仓库、品控工位的照片或短视频。不要用图库素材。这是工厂最强的信任信号，而绝大多数工厂从不使用它。

4. 产能，用数字说话

月产能、产线数、交期、员工人数。买家会围绕产能来规划——含糊其辞会被读作"接不了我的量"。

5. 起订量与流程的清晰度

写明你的 MOQ 区间，以及你如何处理打样、开模和修改。这里的清晰，能消除买家最大的犹豫原因：害怕一个痛苦、不透明的流程。

6. 品控 / 次品处理

展示你的检验流程，以及一批坏货你会如何处理。一个公开讲清品控的工厂，远不如一个沉默的工厂那么可怕。如果你有统计，附上次品率数字。

7. 具名的参考客户或客户类型

你也许无法点名品牌（有 NDA）——那就说类型："supply 3 US kitchenware brands, 2 EU pet brands." 品类佐证也胜过毫无佐证。

8. 一个清晰、低风险的下一步

用一个小提议收尾："Request our capability deck" 或 "Send your spec and we'll quote in 48h." 绝不要只写"contact us"。

— "About" 简介模板

复制并填写（保持英文，给西方买家看）：

We're a [PRODUCT] manufacturer in [CITY] supplying [BUYER TYPE] in the US and EU.

What brands come to us for: [the 2–3 problems you solve — e.g. tight tolerances, small-batch flexibility, on-time delivery].

The proof: [certs] • [capacity number] • [years] • [defect rate or on-time %].

How we work: MOQ from [X]. Sampling in [Y] days. Full QC report with every shipment.

Next step: send your spec or product photo and we'll come back with a quote and a sample plan in [Z] hours.

— 8 项自审

每完整覆盖一个信号得 1 分。6 分及以上 = 品牌可以放心把订单押给你。低于 6 分 = 你正在把返单拱手让人。

— 最快见效的一招

发一条车间视频，配一句关于你品控流程的说明。没有什么能比这更快地提升西方品牌的信任度，而且几乎没有竞争对手在做这件事。

赢

想让我们把你工厂的完整主页搭建好，让它在西方采购经理眼里读起来"可验厂、可信赖"？回复你收到的这封邮件。