

CHANNEL COMPARISON

大桩家与传统独立站、阿里巴巴国际站的采购协作差异

三类渠道可以并存，区别在于由谁获客、如何把需求整理清楚，以及供应商在哪个环节投入。

采购协作差异



先整理需求，再邀请报价

大桩家维护品牌采购入口与买家关系

不是把一条信息不完整的询盘转给工厂，而是先把采购场景、产品参数和项目边界整理清楚，再邀请能力合适的供应商评估和报价。

三类渠道可以并存

01

供应商传统独立站

企业自主展示、获客和承接询盘，产品表达、内容、流量和跟进均由自身团队负责。

02

阿里巴巴国际站

提供平台曝光、供应商资质验证、站内询盘和交易相关服务，买卖双方按平台机制沟通。

03

大桩家

以自有品牌面向海外买家承接采购，先整理需求，再按产品与供应能力邀请合作供应商报价。

区别在于由谁获客、如何整理需求，以及供应商在哪个环节投入。

不是三选一

渠道可以并存，角色和投入方式不同

大桩家不是开放入驻平台，也不要求供应商停止使用已有独立站或第三方平台。

对比 01—06

差异从获客责任延伸到需求完整度

强对比建立在渠道角色和采购流程上，不使用无法证明的流量或成交倍数。

对比维度	供应商传统独立站	阿里巴巴国际站	大桩家
核心角色	企业自营展示与询盘入口	平台曝光和买卖撮合	品牌采购入口与供应链协作
获客投入	供应商自行运营	店铺、广告和平台运营	大桩家统一运营品牌、搜索、广告和社媒
标准产品选型	依赖页面结构和人工沟通	通过商品信息和询盘沟通	按 EV 关键参数整理选型条件
项目型需求	供应商逐次询问和整理	买卖双方分别澄清	按场景形成技术需求清单
参数完整度	取决于买家留言质量	取决于询盘和后续沟通	AI 补充缺失信息，再由人工审核
供应能力适配	企业自行判断每个询盘	买家可同时联系多家卖家	根据产品、认证、产能和项目能力邀请报价

对比 07—11

先完成适配与技术评估，再进入报价和交付

供应商重点投入产品、技术评估、报价和交付；大桩家维护品牌采购入口与买家关系。

对比维度	供应商传统独立站	阿里巴巴国际站	大桩家
产品资料核验	企业自行维护	企业上传并遵循平台规则	统一核对型号、参数、认证和版本
技术可行性	企业技术团队自行确认	买卖双方协商	项目型需求由适配供应商技术评估
报价与承诺	企业直接响应	买卖双方自行协商	供应商报价，大桩家人工确认对外承诺
供应商投入	建站、内容、获客和客服	店铺、广告、运营和响应	重点投入产品、技术评估、报价和交付
履约协作	企业自行建立流程	取决于使用的平台服务	报价、生产和交付节点统一协作

- 三类渠道可以并存，不要求供应商停用既有渠道。
 - AI 不自动决定型号、价格、认证适用性或项目可行性。
- 不承诺固定流量、询盘、成交或收益。
 - 供应商仅获取技术评估、报价和履约所需的信息。

把标准产品参数和项目能力准备清楚，从适配的报价邀请开始合作。