

国别市场进入检查表

市场筛选、准入合规、客户地图与 90 天验证

适用：准备进入欧美、东南亚、中东或拉美市场的中国工厂

先验证市场，再投入展会、团队和库存。

本资料包含：问题诊断 · 方法框架 · 检查清单 · 30/60/90 天行动 · 诊断问题清单

这份资料能解决什么

先验证市场，再投入展会、团队和库存。

适用场景

- 市场选择靠同行消息和个人感觉。
- 认证、标签、税务和进口要求到发货前才发现。
- 不同国家用同一套渠道和销售模式。
- 低估本地供应和区域品牌竞争。
- 投入市场后不知道如何判断继续或停止。

方法框架

01 市场筛选

看进口规模、价格带、增长、竞争和进入门槛。

02 准入合规

梳理产品认证、标签、税务、进口主体和合同要求。

03 客户地图

明确进口商、分销商、品牌方和终端客户角色。

04 渠道设计

选择直客、代理、经销、平台或本地合作。

05 小步验证

用 90 天访谈、样品、询盘和首单验证假设。

检查清单

请直接在产品、官网、团队或供应商项目上逐项核对。

- 目标市场有明确的进口和增长数据。
- 产品价格带与当地市场匹配。
- 认证、标签和测试要求已确认。
- 进口主体和税务路径已明确。
- 主要客户类型和采购角色已识别。
- 竞争格局和本地供应能力已分析。
- 渠道结构和合作条件已确认。
- 内容、语言和 CTA 已本地化。
- 物流、付款和售后风险已评估。
- 90 天验证目标已量化。
- 有停止或加码的判断标准。
- 项目负责人和预算已明确。

30/60/90 天行动表

前 30 天

完成市场筛选和准入清单。

60 天

完成客户访谈、渠道验证和内容准备。

90 天

用询盘、样品和订单决定继续、调整或停止。

建议负责人

☐ 老板/总经理 ☐ 外贸负责人 ☐ 市场负责人 ☐ 销售负责人 ☐ 供应链/质量负责人

项目诊断问题清单

- 1 这个市场为什么现在值得进入？
- 2 谁是最适合的首批客户？
- 3 进入市场的第一张订单从哪里来？
- 4 最大合规和付款风险是什么？
- 5 如果 90 天没有结果，如何止损？

下一步：把资料变成诊断

如果你已经完成自查，但不确定先改哪一项、谁负责、多久完成，可以预约一次 30 分钟免费诊断。我们会结合你的产品、市场、团队和当前数据，给出优先顺序。

Richard@rongyitong-tech.com

+86 157 6314 7877 · rongyitong-tech.com

融易通数字科技 | 中国工厂的海外增长军师