

貿易網站需求

(一) 會員制：所有採購單位(買家)採階梯式分級，依序分為

1. 基本買家：平均每單採購總數在 5000 件以下
2. 中級買家：平均每單採購在 5001 件~9000 件之間
3. 大量買家：平均每單採購在 9001 件~20000 件之間
4. 大型渠道買家：平均每單採購在 20001 件以上

(二) 會員註冊程序：

會員註冊 => 會員規則說明 => 點擊同意 => 公司資料填寫 => email 認證信 => 下載”選品採購合同” => 列印用印 => 掃描傳回開啟會員資格，同時需郵寄紙本到我司用印(一式兩份) => 綁定操作人微信號 為來可直接以綁定的個人微信號掃碼登入 (我司人員可於後台解除該微信號之綁定)

會員公司更換操作人

(三) 買家會員可勾選有興趣採購之產品類別，貿易網站首頁可即時針對買家有興趣的品項推播新品快報和產品建議

(可參考環球資源網站：<https://www.globalsources.com/>)

(四) 產品分類呈現：所有產品可在首頁點選分類列表，該分類亦為買家會員註冊時所勾選的偏好產品類別（可勾大項內所有細項，或分別訂出不同細項）：

項目例舉：

1. 面膜類：保濕滋潤、瞬效亮白、細緻毛孔、抗皺、抗痘、鎮靜舒緩、曬後修復、控油平衡、提拉緊緻、再生換膚
2. 其他護膚品：精華液、面霜、凝膠、卸妝品、身體乳液
3. 美髮護髮品：洗髮品、潤髮品、護髮品、染髮劑
4. 個人清潔品：洗面奶、沐浴乳
5. 家用清潔品
6. 蔬菜水果類
7. 海鮮凍貨類
8. 伴手禮（食品類）
9. 伴手禮（非食品類）
10. 母嬰用品
11. 一般食品類
12. 營養保健食品
13. 日用品類

(五) 產品搜尋引擎：

1. 可直接以關鍵字搜尋產品（產品上傳時就可以設定相關關鍵字）
2. 搜尋結果排序演算以上傳產品時間排序，新的往前排。
3. 搜尋結果前三位，可由後台設定指定產品
4. 相同關鍵字之繁簡字搜尋結果，必須相同
5. 產品的呈現包含品名、圖片（2張為限）、簡易描述、詳細描述（可做文字編輯、圖片上傳、優酷網的影片嵌入；不開放網址連結和 email 信箱連結）

(六) 供應商分類呈現：

1. 可以在產品搜尋結果列表中，更改為” 供應商列表”
2. 排序結果依照該供應商最新產品的時間排序，新的在前
3. 搜尋結果前三位，可由後台設定指定廠商
4. 點擊列表中廠商名，可直接觀看該供應商之所有產品列表，以上傳產品的時間排序，新的在前

(七) 採購下單

1. 每月固定統一下單期為該月 5 日~15 日，並供後台管理人員變更之權限
2. 亦可針對單一產品開放獨立之採購下單日期
3. 下單截止後五天為付款期，付款截止日後 24 小時完成對帳，未付款者取消訂單
4. 可發 email 通知信給會員公司，針對已下單的產品提醒付款
5. 付款完成可發罐頭信件感謝付款
6. 統一下單後，後台可發通知信告知所有會員買家發貨期及到貨港

(八) 結關前的運、稅模板

1. 運稅模板為單一獨立之模板，針對發貨港、到貨港、船運天數、空運天數、各種稅金比例等資訊露出
2. 針對不同重量材積比提供階梯式成本金額的呈現
3. 產品上傳時因勾選了” 類別” 此類別比對中國海關總署的產品類別稅率，包含關稅、進口環節增值稅、消費稅等金額，予以加總後，使得不同類別的產品項，各自能呈現各種不同稅率在產品說明的網頁中
4. 買家下單時可依據前述，分別將運費與稅額，加總在結帳金額中
5. 買家可勾選” 含本地貨運” 及” 不含本地貨運” 的費用呈現，其本地貨運之費用，則由貨運公司提供，針對目前進口港到各省市的運費表，且必須根據材積重量，直接計算選購數量對應的本地運費，呈現給買家。
6. 現有進口港暫定為天津、平潭、廣州等三處

(九) 網頁美術設計