

外贸实战资料库 / 04

海外买家关键词清单

覆盖采购意图、应用场景与行业长尾词的选词方法

适用对象：制造企业负责人、外贸经理、平台运营与销售团队

版本：2026.07 | 本资料用于业务学习与内部执行，请结合企业实际情况调整。

使用说明

这不是一本需要从头读到尾的理论资料。建议先完成文末行动清单，再回到相关章节查方法。每周固定复盘一次，把判断写进表格，比收藏更多课程更有效。

01 关键词不是词库，是需求地图

每个关键词都代表买家的一个问题、场景或采购阶段。

四种意图

- 信息型：了解方案、标准或问题原因。
- 方案型：比较技术、材料与应用方式。
- 供应商型：寻找 manufacturer、supplier、factory。
- 交易型：询价、批量、OEM、交付与样品。

优先级

搜索量只是参考。优先选择与你的产品匹配、商业意图明确、能够被页面真实承接的词。

02 关键词扩展公式

用固定公式持续扩展，比随机找词更稳定。

产品维度

- 产品 + material
- 产品 + size/model
- 产品 + standard/certification
- 产品 + application/industry
- 产品 + problem/benefit

采购维度

- 产品 + manufacturer/supplier/factory
- 产品 + OEM/custom/private label
- 产品 + wholesale/bulk
- 产品 + price/quotation/sample
- 产品 + country/region

03 关键词分组与页面映射

一个页面只承担一个主要搜索意图。

页面类型

- 产品页：承接具体型号、规格与采购词。
- 分类页：承接产品族与用途范围。
- 解决方案页：承接行业场景和问题词。
- 文章页：承接标准、选型、维护和对比词。

避免内耗

多个页面抢同一核心词会稀释相关性。先指定主页面，再分配长尾词和内部链接。

04 从词到内容

关键词只有进入页面和销售话术，才会产生业务价值。

内容简报

- 目标关键词与搜索意图。
- 目标买家及使用场景。
- 必须回答的 5 个问题。
- 需要的参数、图片、案例与证据。
- 希望访客采取的下一步行动。

月度迭代

保留带来有效询盘的词；重写高曝光低点击页面；补充高点击低询盘页面的信任证据和 CTA。

执行工作表

关键词收集表

关键词	意图	产品匹配	竞争程度	优先级	目标页面

关键词种子

维度	英文组合示例	你的关键词
材质	product + material	
规格	product + size/model	
场景	product + for industry	
采购	product + manufacturer	
定制	custom/OEM + product	