

2021跨境电商市场机遇与技术趋势白皮书

目录

CONTENTS

- 
- 01** 跨境电商市场现状与趋势洞察
- 02** 跨境电商布局新蓝海面临的挑战
- 03** 应对之道：面对挑战，迈开“云”步伐
- 04** 未来可期：技术赋能，驱动跨境电商创新发展

研究背景、目的、结果

◆研究背景:

中华人民共和国海关总署数据显示，2021年上半年，我国跨境电商进出口发展势头良好，同比增长28.6%，为推动外贸稳中向好发挥了重要作用。后疫情时代，中国跨境电商行业呈现三大特征：第一，跨境电商交易规模持续扩大；第二，出口跨境电商有望延续快速发展态势；第三，**合规化、品牌化、数字化、全球化**将成为未来出口跨境电商行业的蓝海发展方向。

伴随第三次全球化浪潮的发展，**以5G、大数据、云计算、物联网、人工智能、区块链等数字化技术为核心驱动力**，信息网络为重要载体，深度融合实体经济，以数字化的知识和信息作为关键生产要素的数字经济成为加速全球化速度，加深全球化程度，降低全球化壁垒的重要驱动力。这推动了数字化平台经济的迅速发展，**为中国企业开辟高效出海航线**。

借此背景，亚马逊云科技（Amazon Web Services）委托亿欧智库对中国跨境电商市场进行研究，并撰写本次报告。

◆研究目的:

本次报告的研究目的在于探索中国出口跨境电商企业在**布局新蓝海市场时面临的挑战**，**挖掘最具代表性的高效解决方案**，**展望未来云科技如何助力行业创新发展**。

从中国出口跨境电商的宏观背景入手，梳理并分析当前推动出口跨境电商行业快速发展的重要驱动力及趋势预测；基于企业、资方、协会访谈及公开资料整理，从第三方开放平台、服务商、品牌、独立站四大层面，剖析企业布局新蓝海市场的难点；通过解读现有市场中的成功案例，展示场景化技术解决方案及实际落地效果；展望未来，以云科技为代表的技术力赋能行业创新发展的应用趋势。

◆研究成果:

中国出口跨境电商**新蓝海场景关键词**：DTC模式、海外本土化、数据平台、独立站。

中国出口跨境电商**布局新蓝海市场的挑战**：1) 跨境服务商难点：如何安全合规且高效的提供用户服务？2) 跨境品牌难点：如何直达消费者？3) 独立站难点：如何快速建站？4) 跨境电商平台难点：如何稳定提供优质平台服务？

中国出口跨境电商**未来技术应用趋势**：1) 云上突破：研运营一体的数字化转型；2) 云上洞见：数据驱动下的智能湖仓；3) 云上创新：基于AI服务的智能化升级。

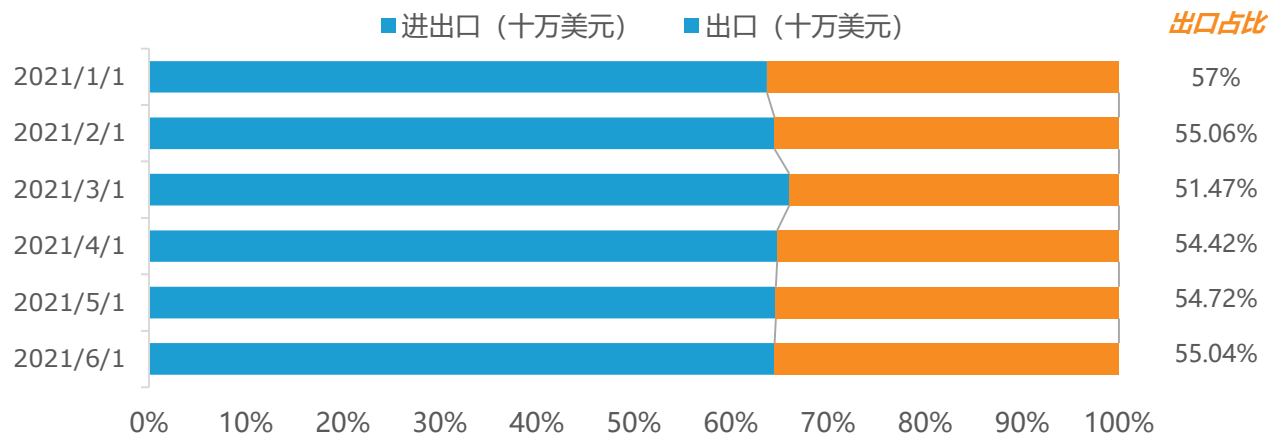


跨境电商市场现状与趋势洞察

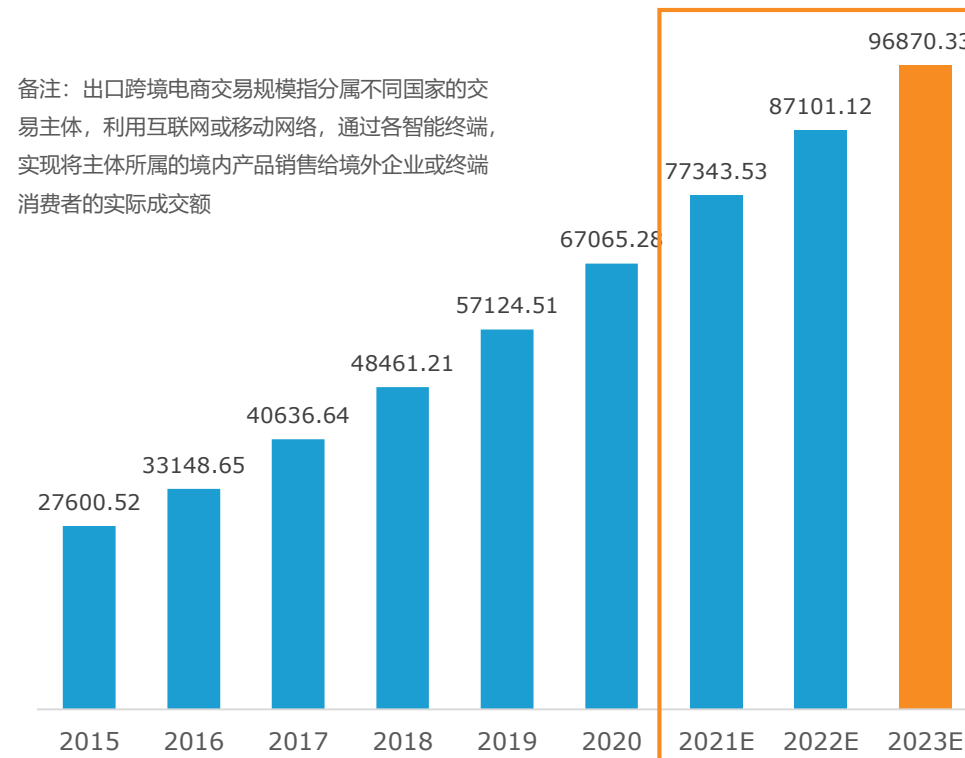
疫情催化下，中国出口跨境电商逆势增长

- ◆ 由于新冠疫情来袭，全球经济陷入停摆危机，中国出口跨境电商却呈现逆势增长，并有望延续快速发展态势。根据中国海关总署统计，2021年1月，中国出口货物占比总进出口的57%，经历小幅下降后，于2021.6月回升至55.04%。整个2021年上半年出口与去年累计同期比增加38.6%。
- ◆ 国务院常务会议于2021年6月指出，新业态新模式是我国外贸发展的有生力量，也是国际贸易发展的重要趋势。近年来，我国外贸新业态新模式快速发展，其中跨境电商规模5年增长近10倍，促进外贸转型升级。经亿欧智库测算，2021年中国出口跨境电商交易规模将达到7.73万亿元，2023年或将突破9万亿。

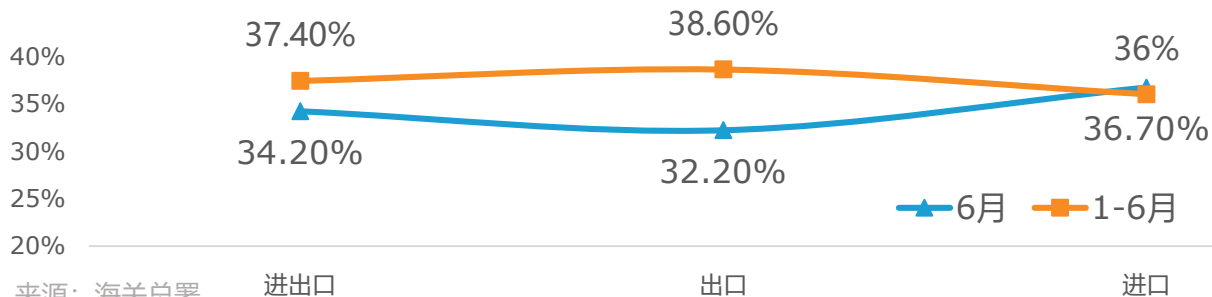
亿欧智库：2021.1-2021.6中国货物出口情况



亿欧智库：出口跨境电商交易规模（亿元）



亿欧智库：2021.1-2021.6中国货物出口与去年累计同期对比情况

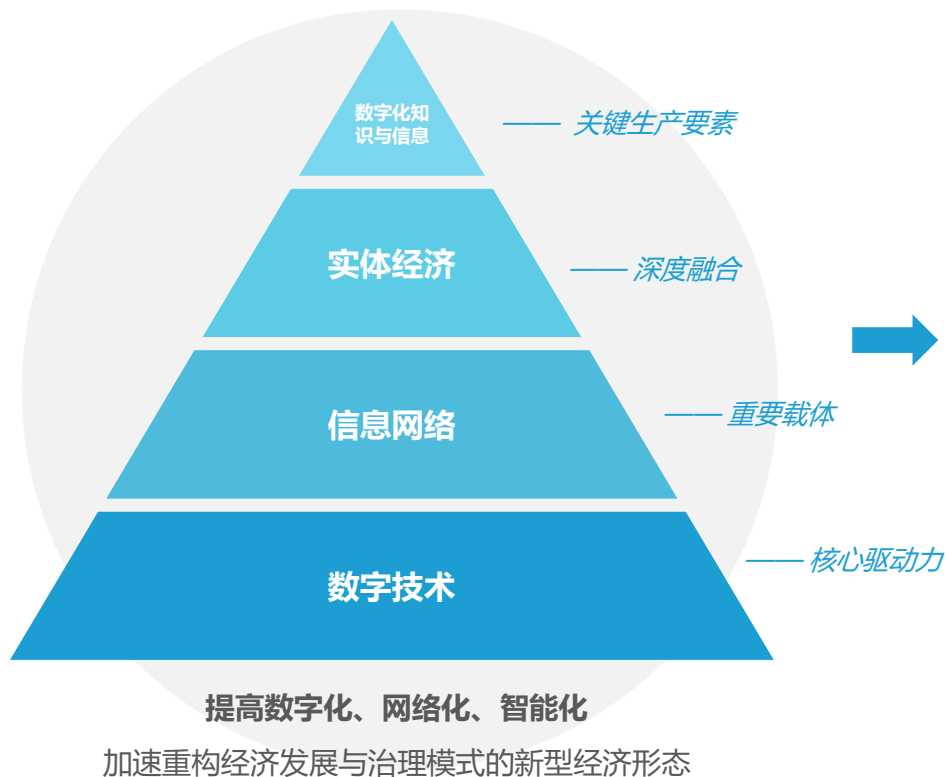


来源：海关总署

来源：海关总署、亿欧智库分析测算

- ◆ 根据中国信通院：数字经济是以数字化的知识和信息作为关键生产要素，以数字技术为核心驱动力，以现代信息网络为重要载体，通过数字技术与实体经济深度融合，不断提高数字化、网络化、智能化水平，加速重构经济发展与治理模式的新型经济形态。
- ◆ 数字经济是第三次全球化浪潮的基本形式，催动平台经济发展。亿欧智库认为，数字经济引领的第三次全球化浪潮将会加速全球化速度，增加全球化程度及广度，降低全球化壁垒，为中国企业出海开辟更加高效和谐的出海航线。

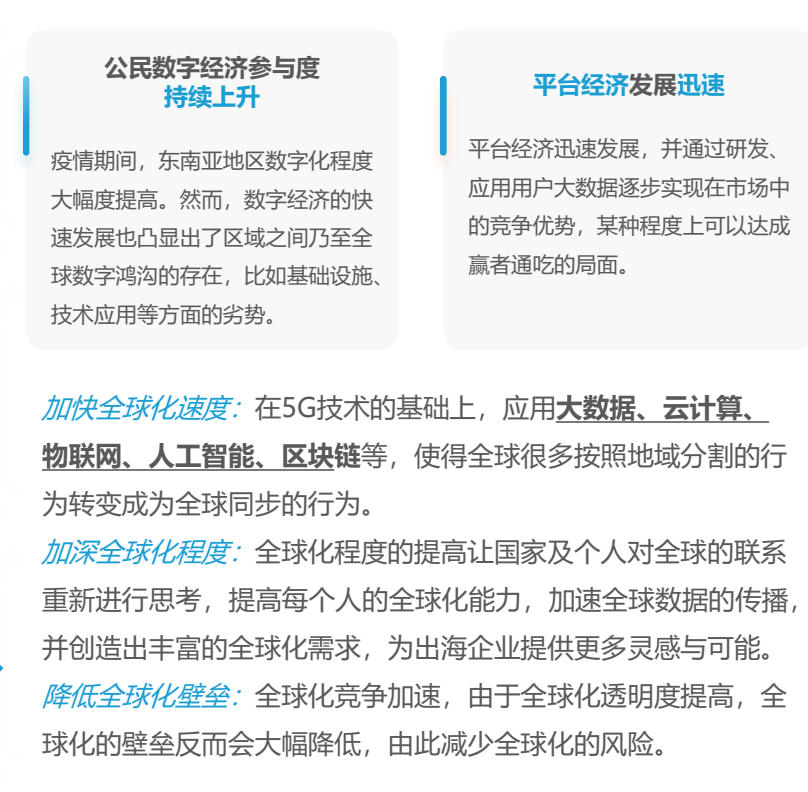
亿欧智库：数字经济解构图



亿欧智库：全球化浪潮发展特征



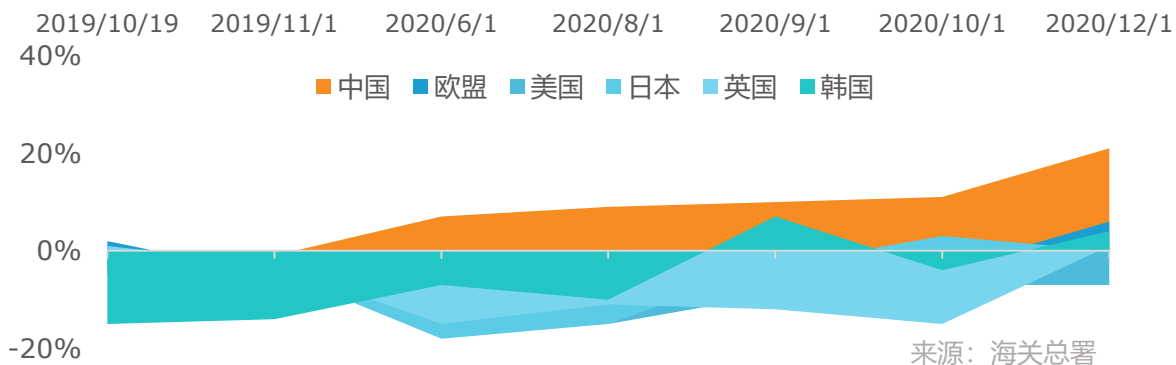
亿欧智库：第三次全球化浪潮趋势



逆势增长驱动力（二）：疫情背景下的供需新变化

- ◆ 从“供”的角度来看，中国具有高效的疫情防控及较快的经济回暖能力，充分发挥了供应链优势。新冠阻断国际贸易，中国是首个商品出口交易正向增长的国家。此外，RCEP、一带一路、双循环等政策导向型利好趋势，为中国跨境卖家成功出海奠定了良好基础。
- ◆ 从“需”的角度来看，新冠疫情席卷全球，消费者大规模转型线上化消费，刺激了全球电商零售行业的快速发展。对于出口跨境电商而言，这种消费习惯的转变导致用户教育成本减少，相较于疫情前，线上获客的难度降低。

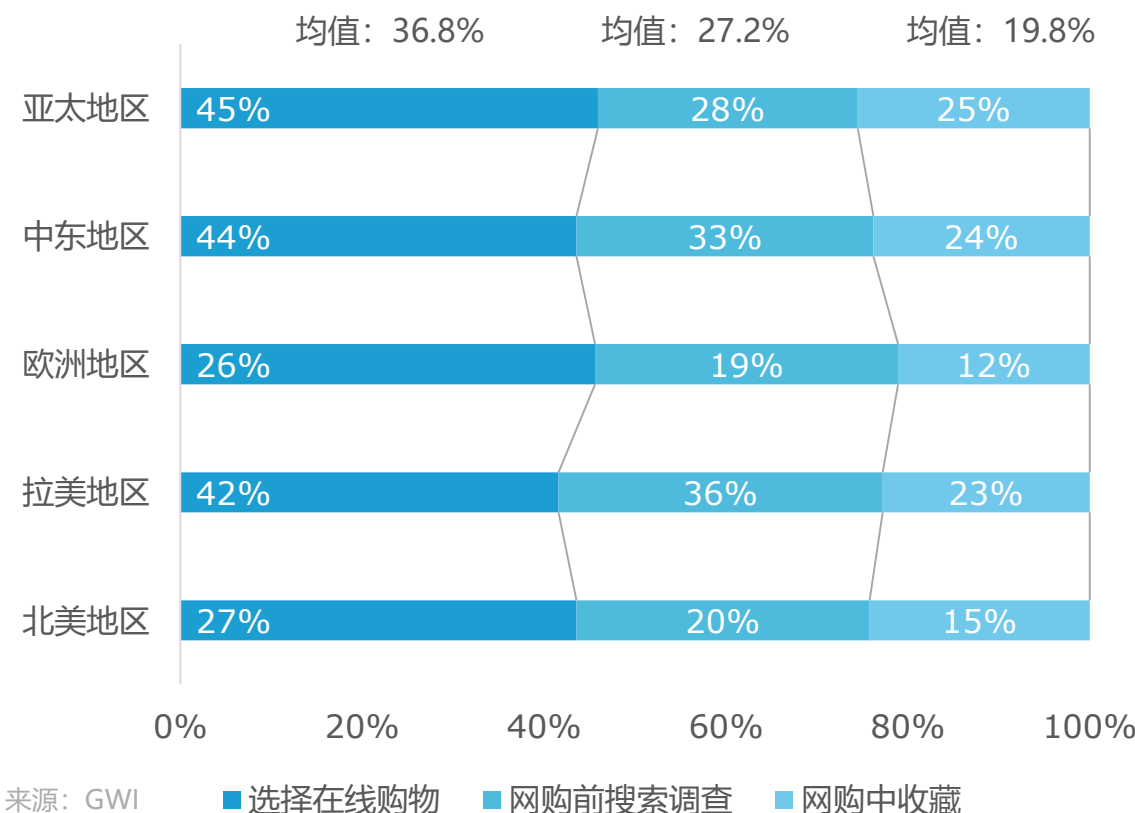
亿欧智库：疫情下各国商品出口交易情况



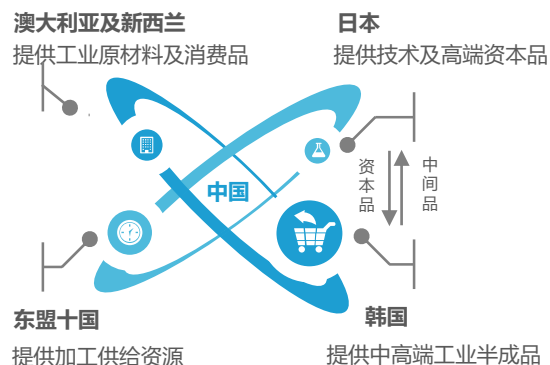
“供”

“需”

亿欧智库：新冠时期全球各地区购物习惯变化增长情况（%）



RCEP加速重构全球化经济格局



对外开放及出口跨境电商相关政策梳理

- 贸易开放布局：** 一带一路；自贸区自贸港；西部陆海新通道
- 制度要素：** 改善营商环境；放宽市场准入；降低关税水平
- 全球经济治理：** 维护多边贸易；加强区域与双边贸易
- 2021.7 《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》——国务院办公厅
 - 2021.6 《关于在全国海关复制推广跨境电商企业对企业出口监管试点公告》
 - 2021.2 《关于进一步优化跨境人民币政策 支持稳外贸稳外资的通知》——人民银行、发改委、商务部、国资委、银保监会、外汇局联合发布
 - 2020.12 《2021年关税调整方案》——国务院关税税则委员会
 -

- ◆ 在数字化与供需变化为主的驱动力下，中国出口跨境电商行业持续走高，但伴随着各国/平台政策收紧，跨境卖家入驻门槛变高，物流费用增长，行业竞争激烈程度加剧。基于此，中国出口跨境电商企业开始寻找新的市场机会。
- ◆ 亿欧智库认为，中国出口跨境电商蓝海场景主要围绕四大关键词：DTC模式（Direct to Consumer，通常指通过官网向消费者销售、寄送商品，中间不经过第三方渠道，达到直面消费者的目的）、海外本土化、数据平台、独立站。

亿欧智库：出口跨境电商四大蓝海场景梳理

蓝海场景一



DTC模式

国内先进的生产制造商利用云计算、大数据等技术打通后台系统，从而达到快速触达海外消费者的目的

蓝海场景三



构建电商数据平台

利用社交、大数据和机器学习等技术，优化在线用户画像，在标准化过程中，实现高度个性化用户体验，迅速拓展市场，构建高效电商数据平台

蓝海场景二



深耕海外本地市场

服务海外消费者时，合理复制应用国内电商的成熟经验，同时加以创新改造，引入诸如直播带货等新玩法，建立具有中国特色的海外竞争优势

蓝海场景四



构建自有品牌出口电商独立站

企业基于自身国内优化的品牌设计和供应链效率，利用具有全球性优势的服务商开拓热点市场

技术应用：数据平台、机器学习、共享服务、DevOps、移动应用、电商平台

◆ 结合上节的四大蓝海场景，未来中国出口跨境电商行业将向“四化”发展。

由深耕海外本地市场衍生出的合规化；由DTC模式及独立站衍生出的品牌化；由利用云计算、AI等技术构建电商数据平台衍生出的数字化；三者结合，最终将实现中国跨境电商企业走向世界的全球化之路。

亿欧智库：出口跨境电商四大发展趋势洞察



深耕海外市场需要了解各国及各地区的政策、法规、风险等，这导致了合规化趋势发生的必然性。企业不仅需要关注财税合规，还需关注业务合规。由于不同平台规则、市场环境、运营模式的区别，导致企业容易忽视运营管理合规的重要性。

DTC模式与独立站的兴起，其根本在于探究如何占领消费者心智，培养品牌的忠诚度，从而长久的建立起有中国特色的国际品牌。现阶段在资本化助推作用下，国内制造商开始注重如何提升产品档次，并逐步建立品牌优势。

构建电商数据平台需要技术支撑，该蓝海场景的兴起，说明数字化成为出口跨境电商的重要依托点。从数字化本身而言，其强大的信息技术能够提高企业效率，降低企业经营成本，提升出口跨境电商运营管理的精准度。

结合合规化、品牌化、数字化，中国企业将借助跨境电商，这一互联网与全球化时代下的产物，参与推动无国界的商业流通，建设在世界范围内配置优质资源的渠道，最终实现企业的全球化运营，以及中国品牌的全球化拓展。



跨境电商布局新蓝海面临的挑战

◆ 面对合规化、品牌化、数字化以及全球化的发展趋势，企业积极探索成功出海之路。亿欧智库通过访谈与桌面研究发现，中国出口跨境电商企业布局市场新蓝海存在七大核心难点：全球业务部署问题、安全合规问题、业务不稳定问题、企业创新问题、全球业务支持问题、服务商可靠性问题、全球业务体系支撑问题。

亿欧智库：中国出口跨境电商布局新蓝海的七大难点

全球业务部署问题

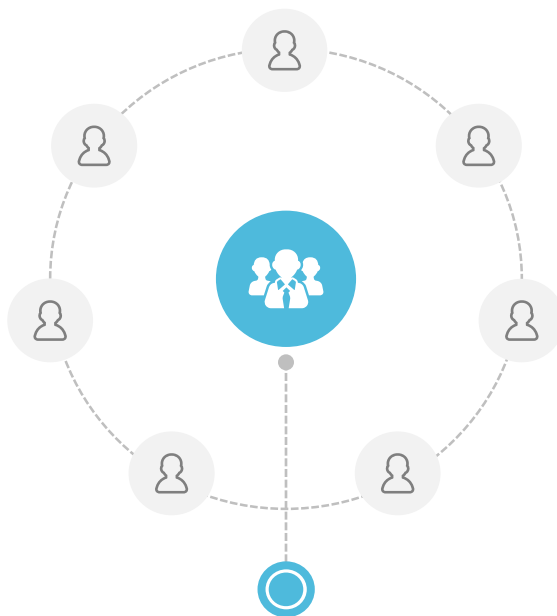
各国信息设施参差不齐，如何部署全球业务成为企业出海难题

安全合规问题

海外审查标准及程序欠透明，数据安全风险提升，企业面临安全、合规、风控问题

业务不稳定问题

服务配置不稳定，易出现宕机等故障，难以保持业务稳定性



服务商可靠性问题

不知如何选择合适企业需求的，拥有成熟丰富全球客户实践经验的服务商

企业创新与生态建设问题

企业加速发展期，缺乏有效的产品迭代与运营优化手段

全球业务支持问题

遭受恶意攻击或灾难后，难以及时响应并回复处理

全球业务体系支撑问题

需要克服由单打独斗带来的“水土不服”，寻找优质一体化资源

◆ 伴随AI、云计算、大数据等技术的广泛应用，各国及地区提出不同的信息化合规政策，以保护国家与个人信息财产安全，如欧盟的《一般数据保护条例》，印度的《个人数据保护法案》等，这对以数字化技术为支撑的跨境服务商提出了更加细致的合规要求。因此，现阶段的跨境服务商亟需解决关于数据保护、基础设施保护、安全检测、用户认证及访问管理、事故响应、审计合规方面的问题。在保证自身经营状况健康的前提下，才能高效的为客户提供服务。

亿欧智库：中国跨境服务商需克服的六大安全合规难题



亿欧智库：不同国家或地区的信息化合规政策列举

■ 欧盟《一般数据保护条例》（GDPR）2018

任何收集或处理欧盟居民个人数据的实体都必须遵守GDPR规定，其中包括知情权、访问权、纠正权、删除权、限制处理权、数据传输等。

■ 美国《网络安全信息共享法》2015

为适当平衡侵犯隐私权以及网络安全威胁两方面的问题，鼓励企业将信息安全漏洞信息共享给其他企业及政府部门，减少用户信息盗窃行为。

■ 印度《个人数据保护法案》2019

个人信息安全保障相关的数据控制者的义务、数据主体的权力、数据安全使用保障措施、数据跨境输出、数据保护监管机关、救济与处罚等

■ 新加坡《个人资料保护条例》2019

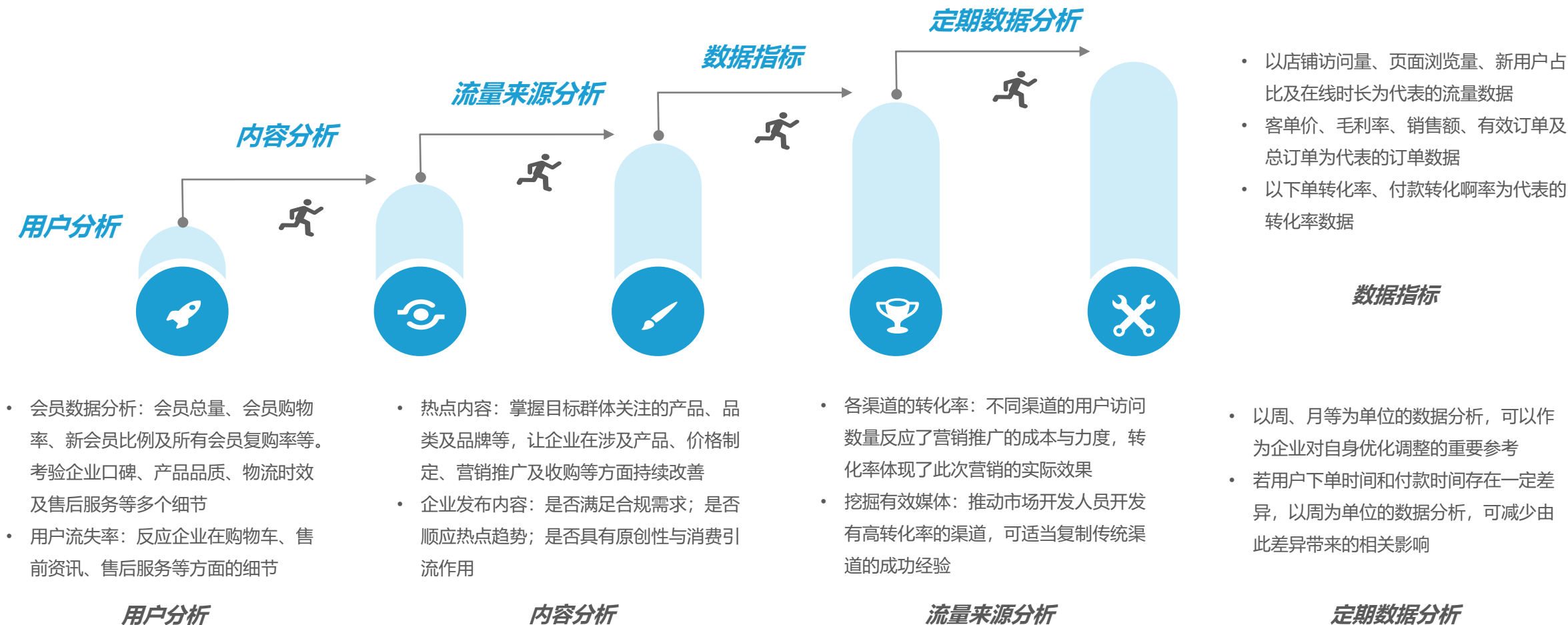
商家等从业者不得任意扣押顾客身份证件或收集、使用并公开个人信息，并引入专门问责机制。

■

跨境品牌难点：如何直达消费者？

◆ 出口跨境电商发展模式能够打破渠道垄断，减少中间环节，节约交易成本，缩短交易实践，为中国企业创造品牌、提升品牌知名度提供途径。然而，由于存在时间与空间上的差异，如何直达消费者，保证良好的服务体验，成为了中国跨境品牌开拓海外市场的首要难点。出于提升跨境品牌转化率的目的，企业寻求以技术为基底的战略决策方法。

亿欧智库：中国跨境品牌难点解析



独立站难点：如何快速建站？

◆ 亿欧智库定义，独立站指仅经营自主品牌，个人卖家及第三方供应商无法入注的独立电商网站或应用。独立站建设主要可采用三种方式：一种是商家自己开发建设交易平台；一种是商家基于开源软件建设开发；另一种是基于SaaS系统开发。由于后台操作便捷，部分服务商与社交平台广泛合作，有利于引流，因此目前企业多采用第三种方式。此外，独立站在建设时，还需考虑运营及成本方面的问题。

亿欧智库：独立站难点解析

建站层面

全自主开发：需专业人才代码书写，**耗费人力财力较高**，但后期个性化撰写编程方便，有利于品牌差异化建设。

基于开源软件建设：利用开源特点，提供代码库开发，易与第三方应用系统无缝连接，自由定制，**但有些易产生插件与系统不匹配问题**。

基于SaaS系统开发：后台操作便捷，与部分社交平台合作，易于推广，目前市场占有率高。

运营层面

初期没有相关店铺参考以及具体数据分析，需要更多的时间成本与精力去运营，同时，独立站**没有基础客流量**，无法带来大批量的流量与盈利。优点在于产品没有行业限制。其次，就公司品牌化来说，当在自助站上运营时，可使相关产品获得品牌溢价，提高产品价值，进而进行品牌化运营。但**如逆向物流等售后服务需自行解决**。

成本层面

独立站的运营耗费相对于平台来说，会增加运营成本。由于独立站的流量很少，**无法做到大规模的引流与引导消费者购买**。后期网站维护不能像平台用户一样直接依靠平台内部优化，**需要相关专业人员进行维护**。结算与第三方支付服务商合作，现金流的流通能够得到有效保证。

亿欧智库：典型独立站业务模块架构



大数据AI服务平台：商品图谱；人群画像；千人千面；智能分单；销售预测等

跨境电商平台难点：如何稳定提供优质平台服务？

◆ 本报告中的跨境电商平台，指以提供平台为主，重在进行第三方卖家和顾客之间交易的电商网站或应用。当跨境电商平台处于不同的成长阶段，企业对于技术的需求不尽相同，难度呈现“进阶式”的上升。亿欧智库将处于不同生命周期中的跨境电商平台企业主要分为三大类：初创型平台、发展型平台、成熟型平台，其共性难点在于如何为消费者提供稳定的优质平台服务。

亿欧智库：跨境电商平台难点解析



初创型平台

阶段需求

- 创新和用户友好的平台
- 基础设施安全、可伸缩、成本较低

需求拆分

1. 基本的网络托管服务来托管他们的平台
2. 可扩展的基础设施来处理流量
3. 高效的数据库系统处理订单量
4. 前期成本最小
5. 方便的操作和维护服务

成熟型平台

阶段需求

- 成熟且稳定的体系结构，让数据驱动业务决策
- 启用和优化技术架构以支持业务快速发展

需求拆分

1. 零停机时间：保持良好的用户体验与在线交易流程
2. 高级分析能力：具有挖掘消费者的洞察力，个性化客户体验，加强业务成果
3. 推荐和搜索引擎：推动消费决策与复购决策

发展型平台

阶段需求

- 提高平台容量
- 在不影响用户功能情况下引入其他业务特性

需求拆分

1. 可伸缩性问题
2. 网站的可用性
3. 基础设施管理
4. 增加的数据存储需求
5. 高峰时段防止延迟
6. 网络攻击等安全问题

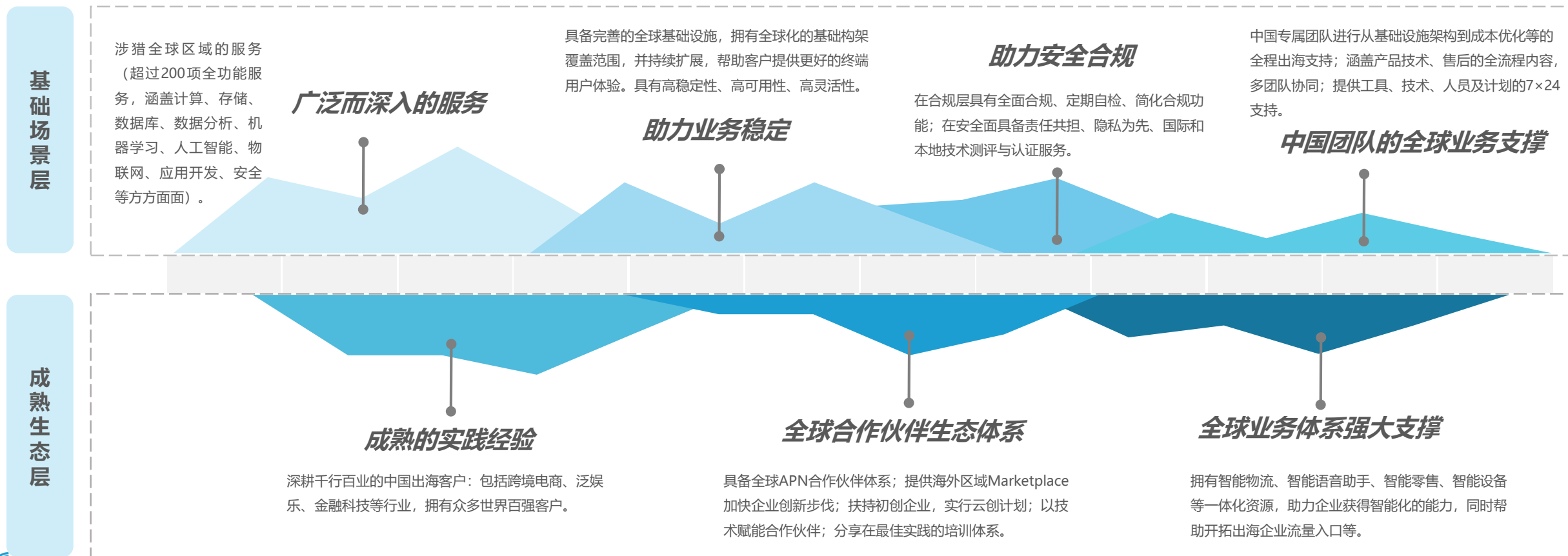
4. 安全问题：大型电子商务企业容易受到网络攻击和网络诈骗
5. 可伸缩性：需要高度可伸缩的基础设施，能够处理广告、促销和其他业务高峰
6. 及时恢复：服务和应用程序具可恢复性，并且能够在灾难后自动恢复

A hand is holding a smartphone, displaying a clothing application. The screen shows a 'NEW IN: CLOTHING' section with several items. One item is a 'Miss Selfridge bardot crop top in white' for \$32.00. Another item is a 'Topshop square neck midi dress in gray marl'. There is also a 'MATERNITY' section with an 'Urban Bliss Maternity balloon sleeve sweat in p...'. The phone's status bar at the top shows 'Билайн LTE', '15:39', and '61%' battery. The background is a dark, textured surface.

应对之道：面对挑战，迈开“云”步伐

- ◆ 美国的标准和技术组织（NIST）定义云技术是一个提供方便、按需，并通过网络访问一个共享可配置的计算资源池（包括网络、服务器、存储、应用和服务）的模式，该模式下资源能够迅速地被创建或释放，且尽可能减少不必要的管理开销或者服务提供商的人工干预。
- ◆ 当云技术应用于出口跨境电商行业，从内部实现机制来讲，是把便捷使用的体验提供给用户，把复杂性留在了云中。伴随中国企业出海速度的加快，以亚马逊云科技为代表的云服务企业，不仅为跨境电商企业布局市场蓝海给予场景化支持，还提供了更为全面且成熟的全球化生态助力。

亿欧智库：云科技赋能出口跨境电商的优势 —— 以亚马逊云科技为例



◆ 企业简介：店匠SHOPLAZZA是一家专注海外B2C独立站品牌营销的企业级SaaS公司，其使命是帮助中国制造成为全球化品牌。店匠通过国际化的基础架构底层技术和工程能力打造出全球一站式零编程SaaS系统，结合国外本地化团队DTC品牌运营团队，以技术与数据为导向，为跨境电商企业提供从SaaS建站、品牌规划、传播到营销多维度的专业服务，最终实现商家指数级销售增长。

亿欧智库：安全合规场景案例——店匠SHOPLAZZA

| 业务需求与挑战 | 云服务选择 | 亚马逊云科技解决方案 | 落地效果 |
|---|---|---|--|
| <p>1、如何实现服务稳定性？ 跨境电商系统每秒的交易流水金额巨大，必须为客户提供足够高的SLA (Service Level Agreement)</p> <p>2、如何实现合规性和安全性？ 商家十分注重用户隐私，平台的支付系统对个人数据和交易数据安全有较高要求，因此云安全防护能力必须跟上业务发展速度</p> <p>3、如何实现有效成本控制？ 创业初期店匠缺乏充足资金及人力，迫切需要用较少成本与精力做更多事情，加速业务的上线与创新</p> | <p>店匠SHOPLAZZA选择云服务的评估维度：</p> <ul style="list-style-type: none">• 全球化资源• 服务完整性• 安全防护机制• 可靠的SLA保障• 优于竞品的服务稳定性• 无感迁移体验 <p style="text-align: center;">↓ 选择</p> <p style="text-align: center;">亚马逊云科技</p> | <p>云创计划简化创业路径：对于创业公司来说，获得快速启动和扩张业务所需的及技术资源至关重要，云服务让企业不受限于拥有的资源，具有弹性伸缩能力、经济性与按用量付费等特性。云创计划为初创企业提供起步云资源和技术支持。</p> <p>弹性、稳定、打造可靠SLA保障：店匠通过升级Amazon Aurora、Amazon ES等关键服务提高系统容量；利用Amazon Auto Scaling服务保证系统峰值性能；Amazon EKS应对2-3倍流量峰值场景，对系统的可用性和稳定性SLA保障起到重要作用。</p> <div data-bbox="955 782 2033 1153" style="text-align: center;"><p>云创计划 01 SLA保障 02 安全合规 03 降本创新 04</p></div> <p>安全防护，合规出海：构建一整套云上安全体系，通过PCI level 1合规认证，使用店匠建站的所有店铺都自动符合PCI标准。Amazon VPC助力实现私网隔离；免遭Web漏洞攻击。</p> <p>削减计算、运维成本、加速创新：通过Amazon EKS托管控制平面节点降低维护整体业务集群成本，同时使用大量Spot实例节省更多成本和优化应用性能；利用Amazon Saving Plan模式实现进一步成本优化，让系统运维成本与复杂度都得到精简，可快速进行产品迭代、自动部署与管理。</p> | <p>1、亚马逊云科技支撑店匠SHOPLAZZA的核心优势：弹性、敏捷、可扩展、低延迟的全球访问，计算与运维成本，安全与合规</p> <p>2、“云底座”助力店匠业务实例：电动滑板车品牌Exway在店匠SHOPLAZZA 8个月专业服务后，从0到1搭建品牌形象与线上渠道，销售额从个位数提升到1500万美金</p> <p>3、从底层资源使用及运维管理等方面，店匠SHOPLAZZA实现成本的大幅节约，解决流量暴涨挑战</p> <p>4、云创计划不仅满足企业对资金、技术、服务支持和知识分享需求，更助力渠道开拓、销售机会、生态建设等方面的发展</p> |

◆ 企业简介：安克创新是国内营收规模最大的全球化消费电子品牌企业之一，致力于成为全球智能设备及其附件领域的标杆品牌，专注于智能配件和智能硬件的设计、研发和销售。旗下品牌已成为北美、日本、欧洲多国在线市场领先品牌之一，产品畅销100多个国家和地区，拥有8000万满意客户，深受全球主流市场消费者赞誉。

亿欧智库：DTC模式场景案例——安克创新

挑战

1、系统覆盖全球区域的支持能力，如何实现合理高效的信息规划和选型 2、如何同时兼具灵活可拓展、稳定高效、上线速度快的目标 3、数字化转型与业务创新

安克创新选云评估

性能对比测试：
稳定性、可用行、成熟度等

方案对比测试：
全球布局、经验、口碑等

商务评估等：
合作伙伴网络生态体系等

亚马逊云科技助力安克创新：建立基于云的后台支撑系统多区域架构



独立站建站场景：XShoppy

◆ 企业简介：XShoppy由深圳市赛凌科技有限公司自主研发，通过其创新的SaaS建站+云栈生态链服务模式，致力于打通独立站生态从产品-建站-推广-支付-仓储-物流的整体闭环。XShoppy不只是建站工具，同时注重跨境新生态构建，对客户进行全方位赋能。

亿欧智库：独立站建站场景案例——XShoppy

业务需求与挑战

- 1、**如何高效沟通海外合作伙伴，并具备良好海外IT基础设施？** 海外业务离不开良好的基础设施支持，而海外IT基础设施投资成为企业无法忽视的重要支出之一。在海外寻找IDC合作伙伴这一过程，耗时且昂贵，仅通过远程沟通很难直观地了解IDC网络状况和服务的稳定性。
- 2、**如何实现稳定性、降低网络延迟？** 以保证业务连续及良好的使用体验。
- 3、**如何实现用户业务信息的安全？** 根据XShoppy客户群普遍性需求，希望业务平台具有足够的安全性可以保护业务信息安全不被泄露或非法访问

XShoppy选云评估

技术成熟度（包括稳定性、降低网络延迟等）、功能丰富性、安全可靠（云平台的中立性，包括客户业务应用以及数据安全和隐私）

亚马逊云科技解决方案

01 全球化分布的基础设施满足跨境电商业务需求： 亚马逊云科技全球基础设施广泛，丰富的区域选择让企业可根据客户业务情况灵活选择部署区域，让云基础设施与客户的距离更近；Amazon CloudFront让跨境电商站点中的上品内容低延迟传递给顾客。



- 02 中立的服务和良好的数据安全性支持：** 为企业提供中立的云服务，安心将业务部署在云上而无需担心数据被挖掘或用于其他商业目的，让企业与其客户建立充分信赖关系，有利于业务拓展。
- 03 国际水准的创新云服务及本地化支持体验：** 中国本地APN合作伙伴成员能够为客户提供本地化的服务体验，让XShoppy同时获得业界新技术及快速的7×24服务响应。

实际落地效果

- 1、平台优化并提升整体服务的安全性：** 提升了全球应用程序的可用性并加速访问体验，更直观感受到内容访问的延迟度降低，消费者获得更加优质的线上购物体验。此外，能够针对跨境电商站点经常遇到的DDoS类攻击提供自动化防护，同时具备服务无缝集成功能，保护客户站点免受恶意流量攻击，保障客户业务的连续性和安全性。
- 2、通过灵活的云服务降低业务成本：** 面对业务增长，可在云平台上对应服务进行弹性扩展，让昂贵的基础设施固定资产转化为日常业务运营成本，以轻资产重业务的模式对外服务，让企业为其客户提供更具竞争力的建站产品和服务价格，实现多赢局面。
- 3、降低运维成本，促进业务创新：** 通过部署亚马逊云科技原生托管服务，XShoppy将运维团队从原来复杂繁琐的运维中作中释放出来，让团队能够将更多精力投入到成本优化、性能优化与架构迭代等核心事项上，为产品和服务的创新提供更多支持。

◆ 企业简介：船长BI是跨境电商SaaS企业船奇科技旗下产品，专注于跨境电商SaaS系统开发，旨在通过赋能中小电商出口企业提升运营效率，改善店铺管理和经营的方式，为跨境企业提供深入数据分析、客户关系管理以及大数据驱动协作的商业智能。船长BI平台自2018年上线发展至今，服务亚马逊卖家用户30多万，年销超百万美金的大卖数量近万家，已成为亚马逊在国内最大的SaaS服务商之一。

亿欧智库：数据驱动创新场景案例——船长BI

业务需求与挑战

- 1、如何对跨境电商经营活动中的数据进行多维分析，提供决策，驱动业务增长？
- 2、如何保持稳定性与灵活性，减少不必要的开源体系成本？
- 3、如何在业务拓展过程中兼顾安全性与合规性？

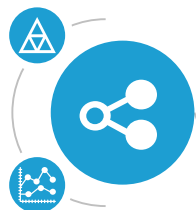
船长BI选云评估

- 1、全球基础设施的稳定性与灵活性
- 2、云原生生态下丰富的大数据分析产品与服务
- 3、数据的安全合规性符合亚马逊跨境电商需求
- 4、专业的技术与服务支持

亚马逊云科技解决方案

运用Amazon Graviton2实例高效构建基础设施：

通过架构迁移实现了指数级的性能跃迁和成本削减。这种部署方式让船长BI平台商家能够进行全场景、多维度的业务数据分析，提高运营效率；此外，利用Amazon S3数据湖处理海量异构数据分析难题，搭配交互式查询功能，可使用标准SQL轻松分析数据。



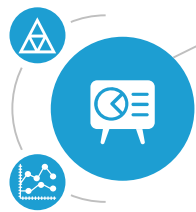
01、 高效基础设施构建

分钟级分析量变，打造有“航海精神”的大数据分析平台：

利用亚马逊云科技大数据组建，重新设计规划大数据应用，构建大数据分析平台；通过完全托管产品将运维人员简化流程，有效进行大型分布式数据流的实时数据处理；拓展分析维度（国家、部门、人员、商品标签等），满足多样化场景需求。

解决方案

02、 分钟级大数据分析平台



03、 安全合规，专业服务支持

安全合规、服务支持，助力电商全球出海

多方位安全产品提供有力保障：Amazon S3提供持续、高效的安全性，支持通过安全通道进行数据传输，并在数据上传完成时自动保护数据；另外，在整个迁移项目中，亚马逊云科技服务团队提供了包含一键服务、电话服务、咨询服务等多种方式，在产品与解决方案部署和使用过程中在线解答。

实际落地效果

- 1、**业务与用户的双增长**：完成云平台迁移后，大促期间业务量有望从去年的600万单提升至突破2000万单以上，达到3倍以上增长；用户总增长数增长4-5倍提升。
- 2、**转变为“数据驱动业务”的创新型组织**：在智能湖仓基础上，可进行业务数据的统一治理，创造全新数据价值。
- 3、**安全合规体系受到官方背书与认可**：基于SPN中成熟的合作伙伴生态，船长BI加强了国内出海跨境卖家对其的信任。

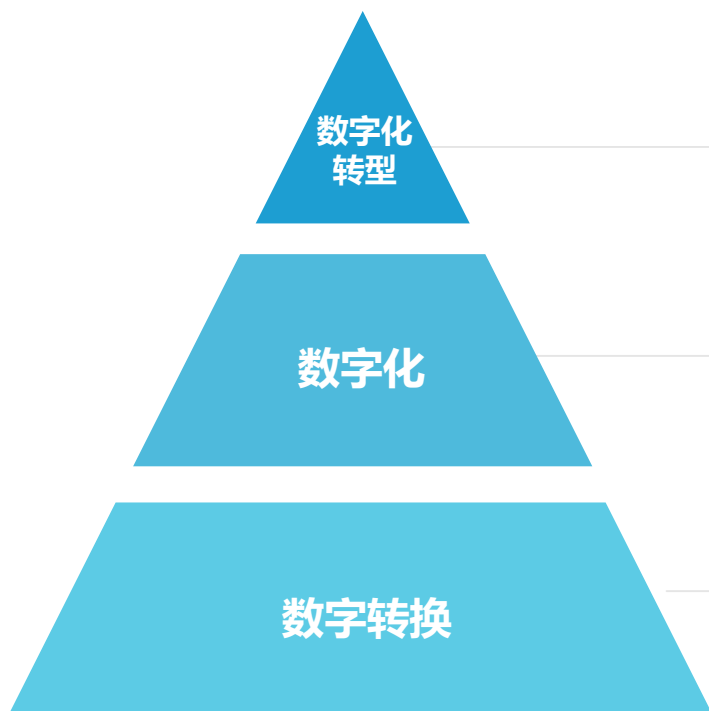


未来可期：技术赋能，驱动跨境电商创新发展

◆ 中国出口跨境电商企业的数字化转型，是以企业转型升级和创新发展为**主要目标**，主要侧重于以数字技术为引领，开辟由云计算、大数据、人工智能等新一代信息化技术带来的新价值和**发展空间**。未来，行业将更加关注研运营一体的数字化转型，促进跨境电商的商业模式创新和生态构建。

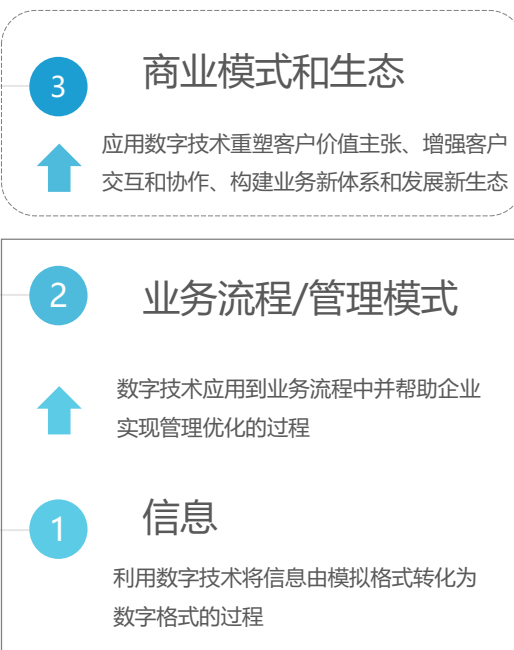
亿欧智库：中国出口跨境电商行业从传统的企业信息化向数字化转型

从数字转换到数字化转型概念发展



影响跨境电商行业的层面

企业的数字化转型



传统的企业信息化

亿欧智库：出口跨境电商数字化转型解决方案——以亚马逊云科技方案为例

敏捷的业务创新平台

- 现代化应用开发
- 企业DevOps

研运营一体工具链

弹性基础设施

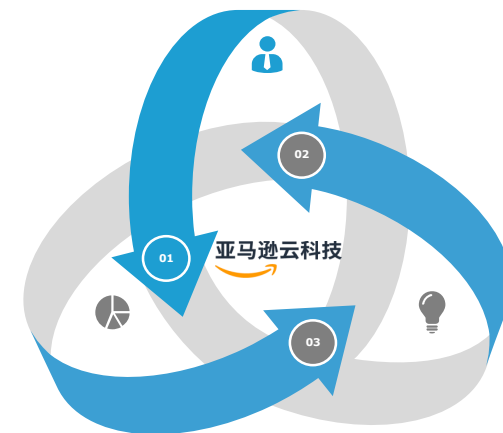
- 现代化应用开发
- 企业DevOps

业务连续

业务创新机制

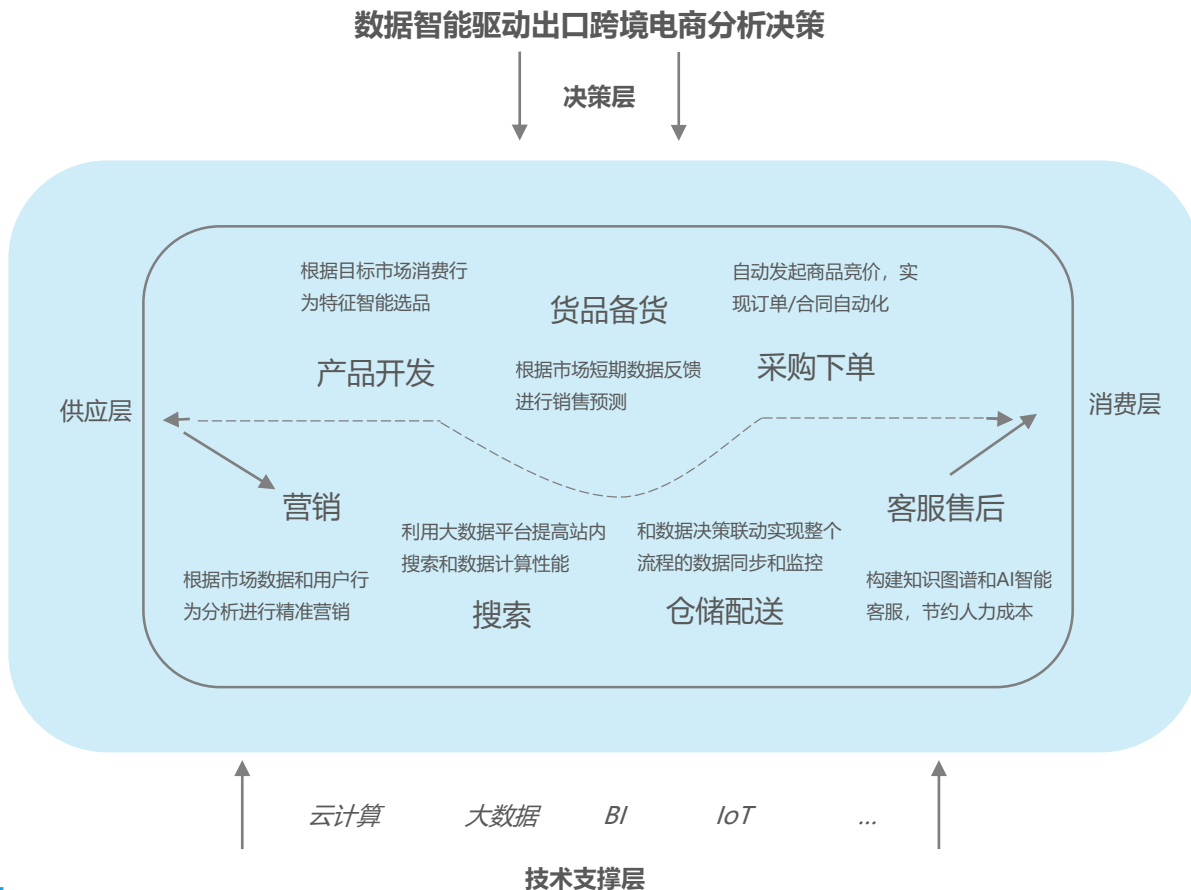
- 云化转型规划
- 业务创新
- 大数据分析/ML/AI/IoT

转型和创新的新技术



- ◆ 伴随系统中数据规模的持续增长，中国出口跨境电商企业数据移动难度大，这导致无法高效依靠数据分析得出有效的商业决策，且价格高昂。因此，为解决这一挑战，获取数据的最大价值，以亚马逊云科技为代表的头部云服务商，提出了“智能湖仓 (Lake House)”方案。
- ◆ 智能湖仓方案将数据湖、数据仓和专用数据存储无缝集成，通过指定中央数据湖的方式，围绕数据湖建立起专用的数据服务环，同时提供数据往来移动能力，助力企业从容运用数据资源，并深刻解析其中的价值。

亿欧智库：数据驱动下的智能湖仓方案



智能湖仓技术解决方案

亚马逊云科技

数据驱动决策的难点：

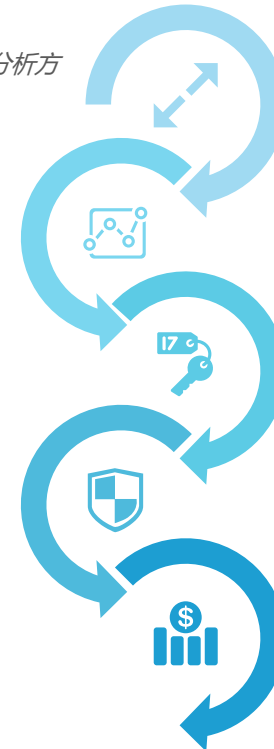
- 数据量快速增长，传统的本地数据分析方法不具有充分的扩展能力
- 价格昂贵，成本较高

专用分析服务

提供广泛而深入的专用分析服务组合，可针对独特的分析使用案例进行优化，服务标准高，且有效保证性能、规模和成本等方面

统一监管

借助集中访问控制和策略以及列级数据筛选等功能，提供良好的监管能力，从单个位置管理对数据湖和专用数据存储中实现所有数据的访问



可扩展的数据湖

将任务自动化，在数天内即可构建和保护数据湖；高持久性与高可用性的数据湖存储；提供对象级别审计日志和访问控制，具有安全合规与审计功能；价格合理；5个存储层极具灵活性

统一的数据访问

伴随数据湖和专用数据存储中的数据量不断增长，智能湖仓能够帮助企业轻松将部分数据从一个数据存储移动到其他数据存储

高性能且经济高效

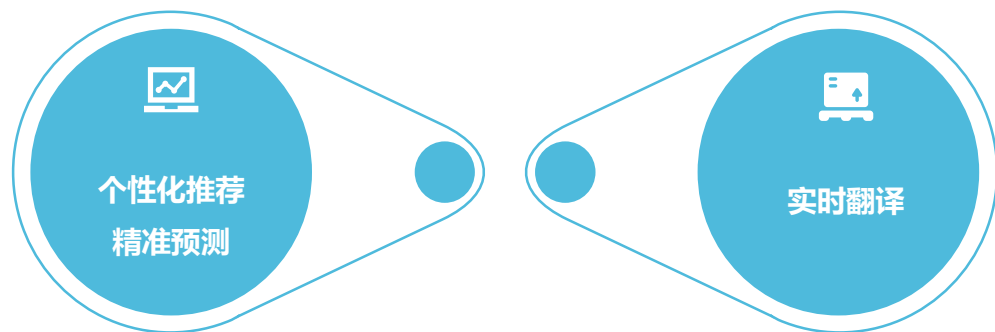
对于存储在数据湖中的数据，智能分层功能帮助用户最高节省70%的数据存储成本；且可选择按需实例、预留实例等不同的购买方式

- ◆ 基于海外消费习惯的线上化转变，中国出口跨境电商行业将逐步从“新业态”过度为“新常态”。当海外电商消费模式广泛深入，单靠产品维度不足以支撑企业建立长期的品牌忠诚度，还需要良好的商业决策及服务体验加以辅助。
- ◆ 面对未来日益激烈的市场竞争，具有长远发展眼光的企业将提高对于AI、大数据、云计算等技术的应用程度，包括对推荐系统、电商平台数据与业务安全、客服服务等方面的智能化升级，从而给予海外消费者更为全面且优质的服务体验。

亿欧智库：亚马逊云科技助力企业出海——基于AI服务的智能化升级列举

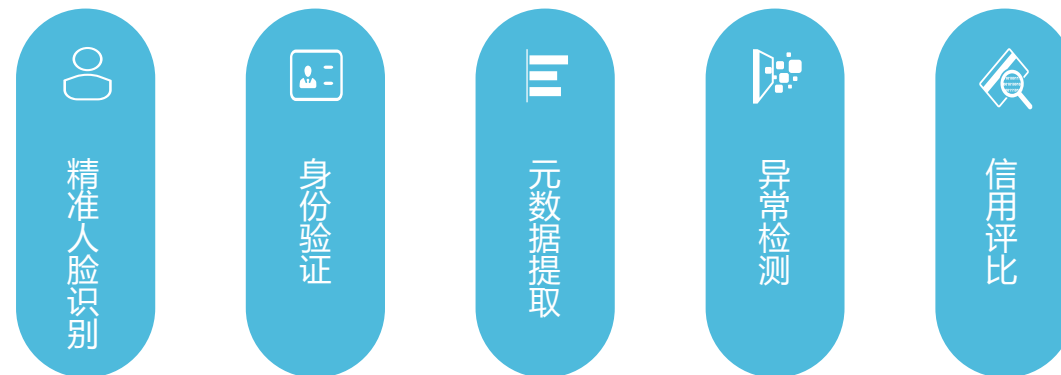
智能化推荐系统

使用机器学习技术进行托管服务，生成个性化推荐/预测



通过API调用神经网络机器翻译服务，支持71种语言和自定义术语进行商品介绍本地化/多语言客服/文本分析

平台数据与业务安全



智能客服服务中心

典型规模企业，客服日收咨询邮件可达3000封，其中约50%可通过相关模板自动回复（包括咨询开发票/物流信息/取消订单；更新送货地址/退换货/物流状态咨询）

特别致谢

- ◆ 本报告的调研、撰写过程得到了出口跨境电商行业界的大力支持，在此特别鸣谢各位企业、组织或专家（排名不分先后）
- ◆ Airwallx、BalanX、Lazada、Shopee、安克创新、船长BI、飞书深诺、积加ERP、连连支付、领创智信、马帮软件、钛动科技、西拼科技、易仓科技、易点天下

团队介绍和版权声明

◆ 团队介绍:

亿欧智库 (EqualOcean Intelligence) 是亿欧EqualOcean旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕科技、消费、大健康、汽车、产业互联网、金融、传媒、房产新居住等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧EqualOcean内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者:



兰艺

亿欧智库分析师

Email: lanyi@iyiou.com

◆ 报告审核:



王辉

亿欧智库副院长

Email: wanghui@iyiou.com



李庆山

亿欧智库研究副总监

Email: liqingshan@iyiou.com

◆ 版权声明:

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

© 2021, Amazon Web Services, Inc. 或其关联公司。保留所有权利。

报告内配图由 Pexels 提供，版权归其所有。

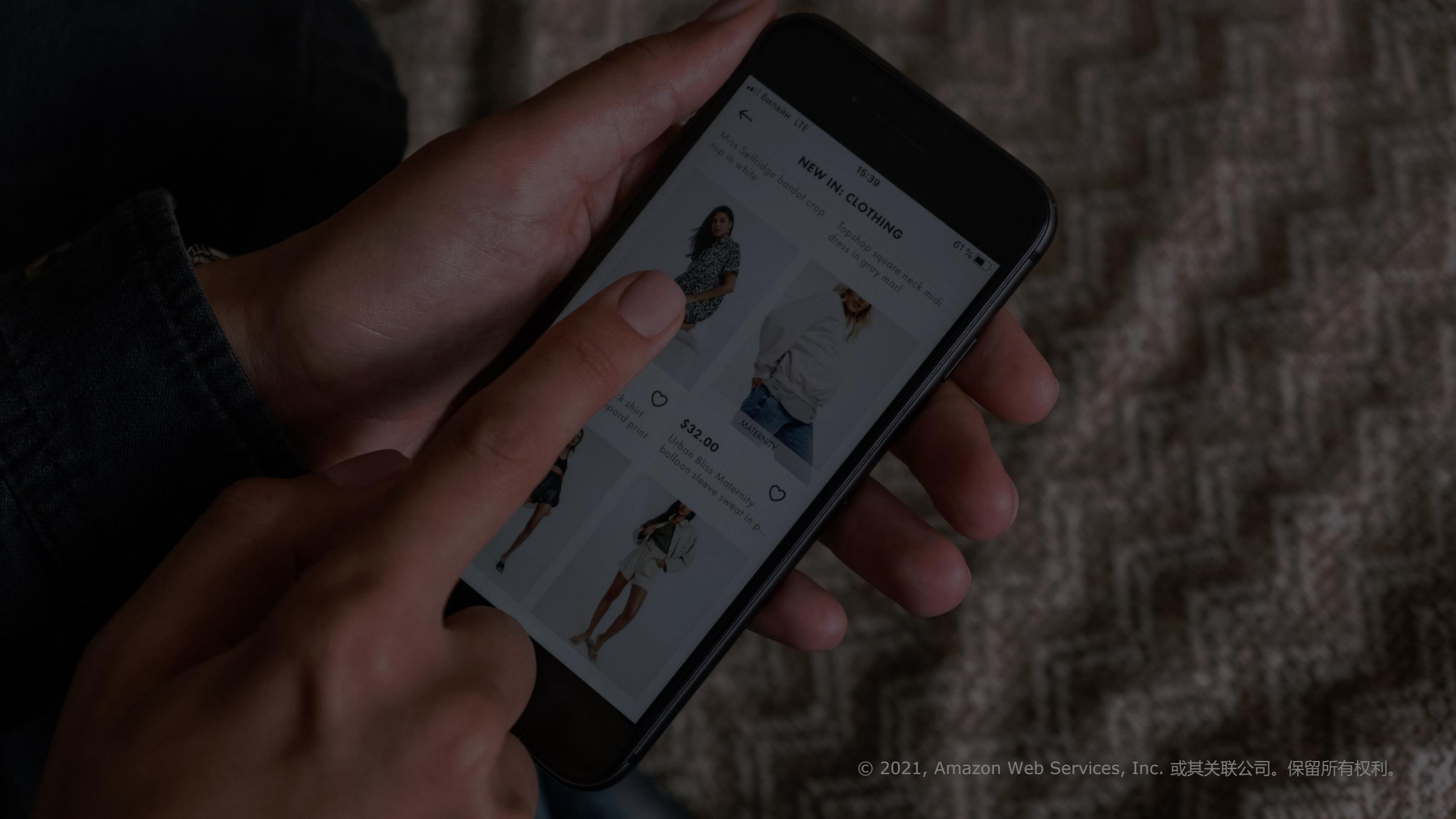
◆ 关于亿欧：

亿欧EqualOcean是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EqualOcean立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EqualOcean旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com），研究和咨询服务亿欧智库（EqualOcean Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EqualOcean Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EqualOcean Healthcare）和亿欧汽车（EqualOcean Auto）等。

◆ 关于亚马逊云科技：

亚马逊云科技（Amazon Web Services）是全球云计算的开创者和引领者，15年来一直以不断创新、技术领先、服务丰富、应用广泛而享誉业界。亚马逊云科技可以支持几乎云上任意工作负载。亚马逊云科技目前提供超过200项全功能的服务，涵盖计算、存储、网络、数据库、数据分析、机器人、机器学习与人工智能、物联网、移动、安全、混合云、虚拟现实与增强现实、媒体，以及应用开发、部署与管理等方面；基础设施遍及25个地理区域的81个可用区（AZ），并计划新建7个区域和21个可用区。全球数百万客户，从初创公司、中小企业，到大型企业和政府机构都信赖亚马逊云科技，通过亚马逊云科技的服务强化其基础设施，提高敏捷性，降低成本，加快创新，提升竞争力，实现业务成长和成功。



Билайн LTE 15:39 61%

←

NEW IN: CLOTHING

Miss Selfridge bardot crop top in white

Topshop square neck midi dress in gray marl

sk shirt leopard print

\$32.00

Urban Bliss Maternity balloon sleeve sweat in p...