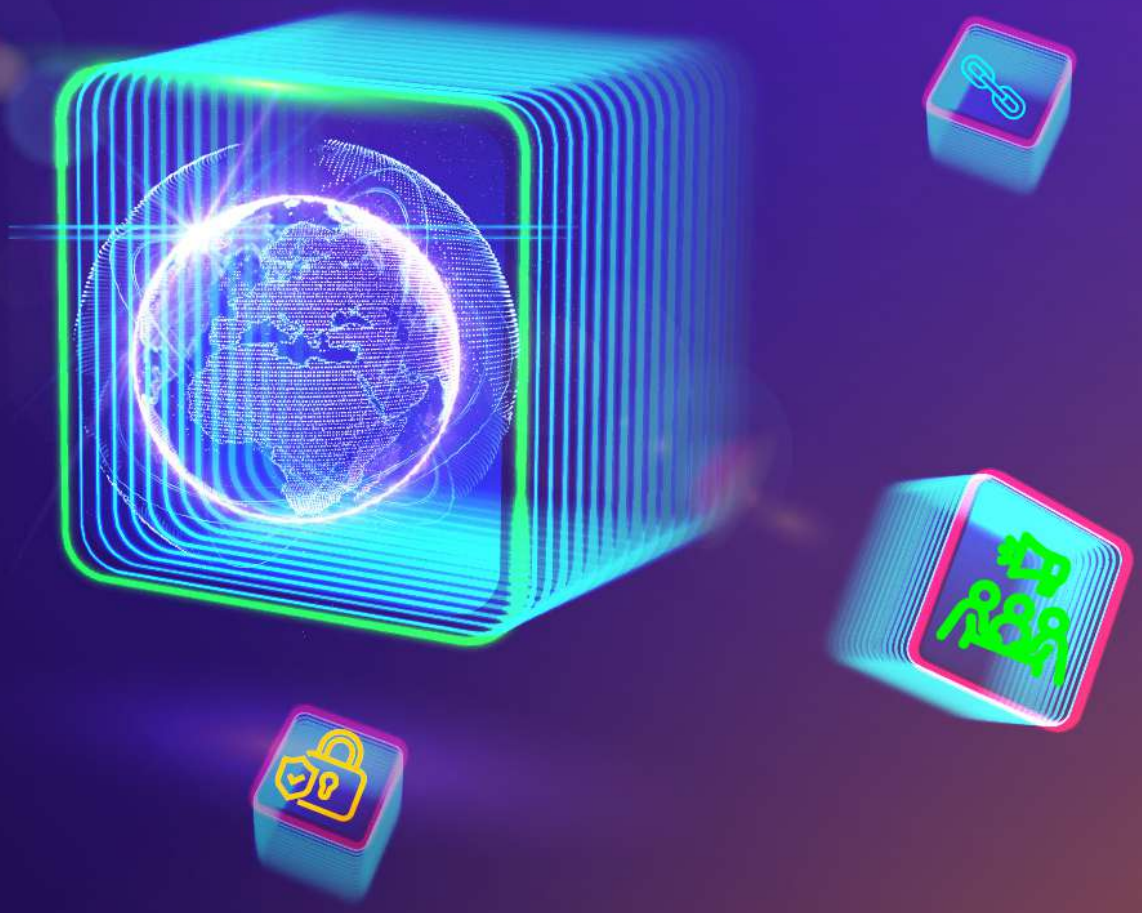
亚马逊云科技

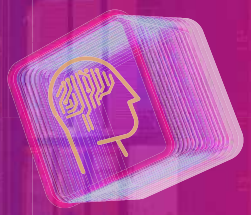
亚马逊云科技跨境电商行业解决方案指南

全链路赋能电商

出海掘金新范式



目录
CONTENTS



引言 1

一、电商行业面临的挑战和机遇 3

市场竞争加剧，跨境电商向品牌化、多元化、精细化方向发展 3

流量红利减弱，独立站兴起，跨境电商企业寻求全渠道布局 4

后疫情时代，技术驱动下的创新发展是企业转型之核心 4

跨境电商做大做强的五大核心诉求 6

二、云上五大支柱加速跨境电商创新之旅 7

全球一张网实现敏捷运营 8

全渠道客户交互覆盖更广受众 8

卓越客户体验提升销售转化 9

精细化运营塑造优质品牌 10

安全合规遵从为出海护航 11

三、亚马逊云科技全链条赋能电商企业数智升级 14

亚马逊云科技电商解决方案和服务全景图 14

场景 1：建独立站 15

场景 2：运营洞察 16

场景 3：营销推广 18

场景 4：搜索推荐 21

场景 5：沉浸式体验及 AIGC 24

场景 6：跨境支付 28
场景 7：供应链 30
场景 8：客户服务 33
场景 9：安全合规管控 35
亚马逊云科技电商解决方案和服务优势 38

四、亚马逊云科技携手合作伙伴及亚马逊全球业务体系助力电商数字化旅程 39
亚马逊云科技电商价值链合作伙伴全景图 40
亚马逊全球业务体系赋能电商客户事半功倍 42

五、亚马逊云科技电商解决方案和服务成功应用于全球客户 45
Shopline 45
Shoplazza 48
安克创新 50
敦煌网 52
华宝新能 55
浩方集团 57
欧税通 59

引言

朱翊
亚马逊云科技大中华区行业和解决方案部 总经理

互联网为全球范围内的买家和卖家之间架起了一座经济、便利的“桥梁”，地理界线变得逐渐模糊，越来越多有追求的电商企业跨越国界，接受全球市场真枪实弹考验的同时，也能享受了广阔市场和客户带来的丰厚回报。

跨境电商因其线上交易、非接触式交货、交易链条短、通关便捷等优势，能够更好地满足市场多样性、多变性的需求，业务量快速增长。根据中国海关总署发布的数据，跨境进出口总额从 2018 年的 1 万亿元人民币增长到 2022 年的 2.11 万亿元人民币，5 年 CAGR 为 16%+，跨境电商已经成为我国外贸发展的新动能。

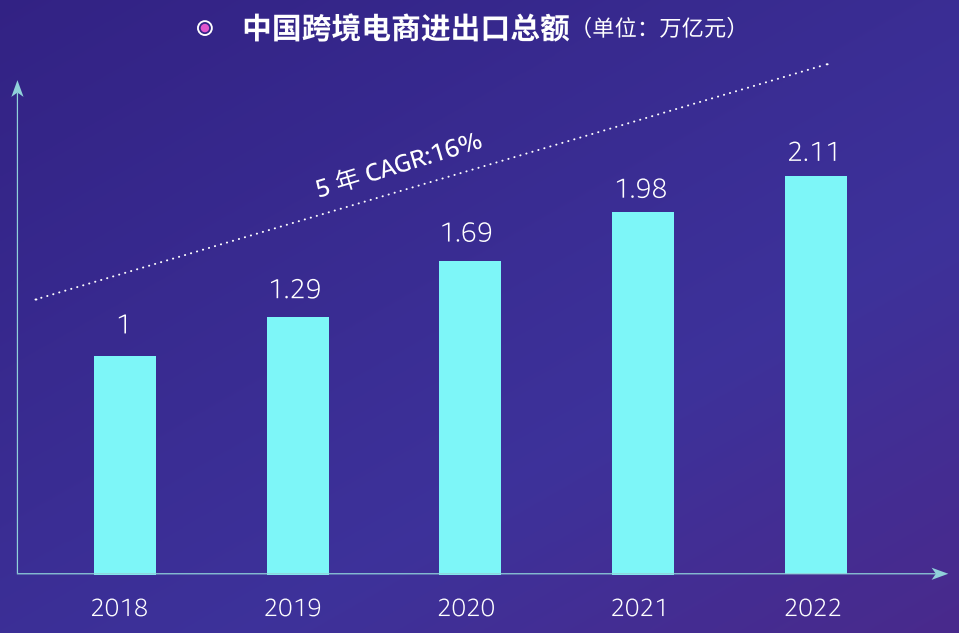


图 1 近 5 年中国跨境电商进出口总额

数据来源：中国海关总署

以云计算为代表的技术在推动跨境电商的发展中起到不可或缺的作用，亚马逊云科技在围绕电商的数字化加持中，对建独立站、运营洞察、营销推广、搜索推荐、沉浸式体验 &AIGC、跨境支付、供应链及物流仓储、客户服务、安全合规管控等各个环节进行全链路赋能，让电商企业能以更低的成本更敏捷的方式，提升销售转化、覆盖更广受众，实现精细化运营，并获得更安全、合规的管控服务，保障跨境电商企业安全出海、高质量发展。

亚马逊云科技大中华区
行业和解决方案部 总经理

一、电商行业面临的挑战和机遇

电商行业的总体趋势

随着经济全球化的发展，中国企业出口贸易蓬勃发展，已步入高质量增长时代。同时在国家鼓励出口的一系列政策推动下，2022 年中国出口贸易总额 23.97 万亿元，同比增长 10.5%；其中，全球最大的自贸协定 RCEP 于 2022 年 1 月 1 日起正式生效，也进一步深化了区域经济互联互通和贸易投资合作，为地区经济复苏和发展提供了新动能。

过去中国出口企业作为制造商，只能获得初级的利润；但随着跨境电商的快速崛起，以制造业为首的中国企业有机会和能力建立起一个完全自主可控的全球渠道，连接全球市场、全球采购以及全球消费网络。

线上渠道是一个覆盖全球 30 亿网络消费者的庞大市场，总规模超过 4 万亿美元，跨境电商作为直接的手段，可充分挖掘中国制造、中国服务以及中国供应链等方面的潜力，对接全球需求。

随着国家进一步推出鼓励跨境电商等外贸新业态发展的政策，越来越多的中国出口企业从线下转为线上，纷纷布局跨境电商业务，2022 年中国跨境电商出口额 1.55 万亿，跨境电商出口渗透率稳步提升。通过跨境电商助力企业的核心业务，可帮助企业提升竞争力和全球服务能力，跨境电商已成为国际贸易领域极具竞争力的新业态、新模式、新引擎。中国作为制造强国供应链基础扎实、跨境基建完善、品牌海外认可度渐强，都将共同铸造中国跨境电商稳固发展的优势。

图 2 跨境电商的 3 大核心诉求

市场竞争加剧，跨境电商向品牌化、多元化、精细化方向发展

随着中国企业出海市场竞争越来越激烈，越来越多的中国品牌在全球范围内寻求扩大其影响力和市场份额的机会。跨境电商企业也逐渐采取品牌化 、多元化和精细化的竞争战略。

- 品牌化赢取客户心智。由于全球市场竞争激烈，消费者更加注重品牌和品质，这意味着跨境电商企业需要通过建立自己的品牌形象来增强自己在消费者心中的信誉度和美誉度，打造独特的品牌形象和个性化的营销策略，以在全球市场上获得更高曝光率和更多忠诚的用户，从而提高品牌客户转化率和复购率。
- 多元化产品服务满足客户需求偏好。在全球化背景下，各国消费者的需求和文化背景差异较大，跨境电商企业须根据不同国家和地区的需求和文化背景调整选品策略和营销策略，并提供多元化的产品和服务，才能更好地满足全球消费者的需求和偏好。
- 精细化运营快速应对市场变化。跨境电商企业必须根据各个国家和地区的市场需求和竞争情况，进行市场调研和数据分析，并通过构建精细化的运营体系，快速响应市场变化速度，提高智能化决策水平，在全球市场中获取更强的竞争力。

流量红利减弱，独立站兴起，跨境电商企业寻求全渠道布局

近年来，伴随电商市场的不断发展，全球流量红利的减弱已经成为了一个不争的事实。在这样的背景下，越来越多的电商企业开始关注独立站的建设和运营，以获得更加稳定和可持续的流量增长来源，这也为电商支持服务商带来了跨越式发展的机遇。

首先，独立站的兴起可以提高电商企业的品牌价值和用户粘性。相对于在第三方平台上经营的电商企业，拥有独立站的电商企业可以更好地展示自己的品牌形象和特色，吸引更多忠诚度更高的用户。在这样的基础上，独立站还可以为电商企业提供更加个性化和定制化的服务，满足用户更加多样化的需求和购物习惯。

同时，随着独立站的兴起，全链路的市场服务需求也会不断增加。包括独立站建设、运营管理、数据分析、营销推广、供应链管理等在内的全方位服务，以帮助电商企业更好地实现商业目标。

后疫情时代，技术驱动下的创新发展是企业转型之核心

后疫情时代，中国出口跨境电商企业的数字化转型主要以企业转型升级和创新发展为主要目标，更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：首先，企业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可持续增长。其次，在技术创新的驱动下，无论是贸易环节还是生产制造领域，都处于深层次的产业变革发展阶段，将云计算技术应用于跨境电商行业，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。

跨境电商做大做强的五大核心诉求

在跨境电商快速发展的过程中，跨境电商企业正在面临五大核心诉求：

图 3 跨境电商企业正在面临五大核心诉求

01 跨境电商企业需要建立安全合规且快速部署的现代化基础设施。只有建立起稳定、可靠、高效的现代化基础设施，才能为客户提供更好的服务体验和更快速的响应服务。

02 跨境电商企业需要在跨境电商的模式下，做好客户的高效触达，可覆盖更广受众。客户体验已成为了跨境电商的核心竞争力，如何搭建全渠道全周期的客户体系也是客户面临的核心挑战。要做好客户触达，需要充分了解客户的购物习惯和需求，结合大数据和人工智能等技术手段，实现精准营销和服务。

03 跨境电商企业需要打造有竞争力的供应链体系，提升客户在线购物体验，树立全球化的“新”品牌。供应链体系是跨境电商企业的核心优势之一，要保证供应链的高效和稳定，需要跨境电商企业与供应商和物流服务提供商进行深度合作，共同推进供应链数字化转型。

04 跨境电商企业想提升业务转化，实现高质量的业务增长，就需要跨境电商企业在推广营销和客户服务等方面投入更多资源，同时提升产品和服务的质量和水平，增强客户的购物体验和忠诚度。

05 跨境电商企业需要保障品牌全球化的安全合规落地。由于跨境电商企业需要面对多个国家和地区的法律法规和市场监管要求，因此需要具备良好的合规意识和法律意识，确保品牌在全球范围内的合规落地，避免产生不必要的风险和损失。

二、云上五大支柱加速跨境电商创新之旅

身处瞬息万变的市场，面对业务做大做强的五大挑战和诉求，电商企业可从以下五大支柱着手驱动业务转型：全球一张网实现敏捷运营；探索全渠道客户交互方式，覆盖更广受众；通过卓越客户体验促进销售转化；全链条精细运营，并塑造优质品牌形象；遵从业务运营地各国安全级数据隐私法规，为业务保驾护航。

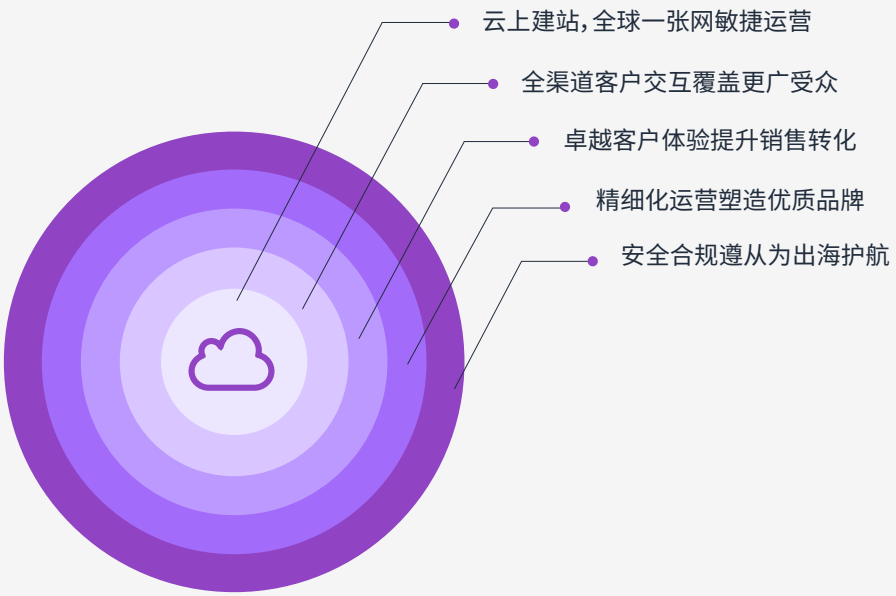


图 4 云上五大支柱加速跨境电商创新之旅

全球一张网实现敏捷运营

随着电商企业的业务壮大，要适配并助力跨境业务量做大做强，建设自有商城逐渐从锦上添花过渡成为“刚需”。建设独立网站，打造全球一张网，打通国内外跨境链路，可帮助跨境电商客户实现：

- 通过统一电商平台，支持跨国家 / 地区的线上业务；
- 本地化增强，能更灵活地满足各个国家 / 地区的业务需求；
- 在多个国家快速部署对应的安全合规解决方案；
- 弹性可拓展能力，支持线上线下业务打通。

在亚马逊云科技上部署跨境电商网站 / 升级改造，可获得以下收益：

- 将 OPEX 降低 50%
- 轻松应对访客高峰
- 99.99% SLA
- 保障安全交易
- 数天内即可完成部署变更
- 按用量计费
- 避免数据库许可
- 轻松扩展至更多区域

全渠道客户交互覆盖更广受众

客户基数足够大，才可能实现规模创收，因此探索与客户互动的新方式、新渠道以覆盖更广泛的受众是必然追求。这意味着，需要在客户花费更多时间的内容和触点上与之建立连接，通过社交媒体、移动端、语音等方式覆盖潜在客户，为客户提供有意义、更精准的服务：

- 在客户花费时间的触点（如社交渠道）接触他们
- 利用 AI/ML 进行有意义的营销推广，如个性化推荐
- 精准的广告投放
- 有效利用亚马逊云科技 Marketplace 等市场
- 通过成功经验实现规模扩展

卓越客户体验提升销售转化

转化率对于电商网站至关重要，而优质的客户体验可促进转化。沿循客户旅程，识别可能出现摩擦的节点，如页面加载缓慢、登录不畅、难以搜索或异常退出等，在这些领域，可以通过以下改进消除摩擦并增强客户体验，帮助消费者更快找到合适产品，获取购物信任，并最终下单购买：

- 千人千面，展示更满足客户需求的内容
- 提供实时交互，快速反馈
- 为消费者提供沉浸式产品体验
- 简化消费者下单和支付流程
- 更快的页面加载，零宕机
- 优化导航和推荐，以更快找到所需商品
- 促进快速成交，获取更高 ROI

通过亚马逊云科技的丰富特性和功能，可以在网站中添加备受瞩目的新体验，以得更多客户并推动销售，确保新客户访问网站最终会产生购买。

- 提供个性化和建议
- 更优的产品搜索
- 高阶呼叫中心和聊天机器人
- 通过 AR 和直播等实现更好交互
- 优化网站，实现快速导航
- 提供可扩展性和安全性

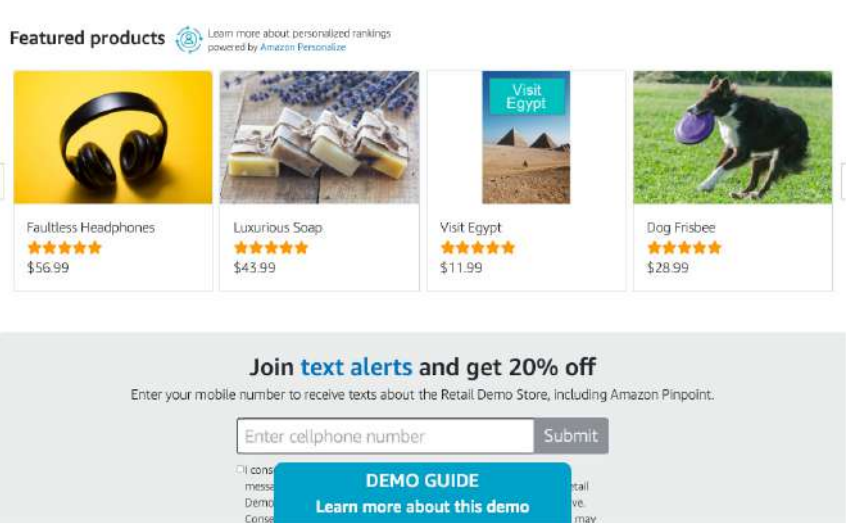


图 5 丰富特性提升客户体验，促进转化

精细化运营塑造优质品牌

随着全球贸易政策不确定性增加，跨境电商市场参与者众多，竞争将进一步加剧，精细化运营助力降本增效、提升客户忠诚度和粘性是跨境电商企业在竞争中脱颖而出的重要策略。

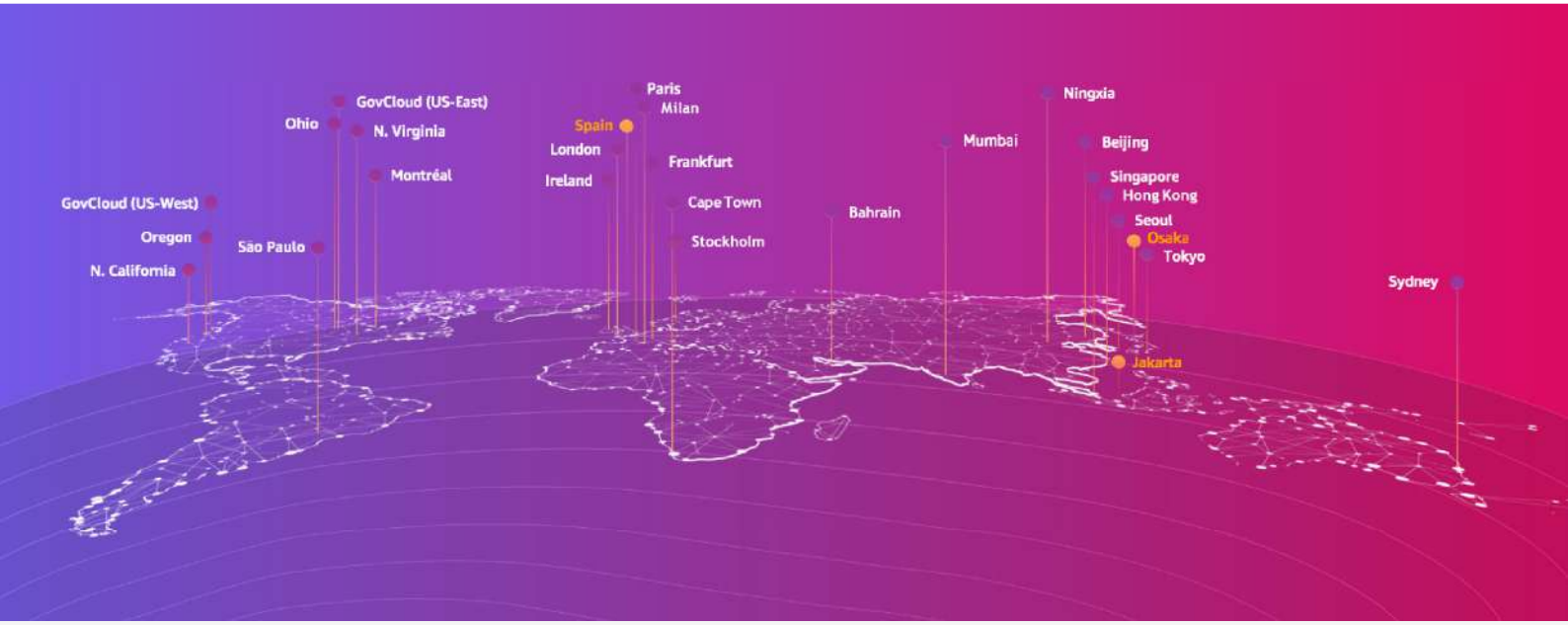
- 全链条数字化运营是降本增效重要推手： 加强数字化运营能力，实现生产 、 采购 、 交易 、支付 、物流 、 仓储 、 营销等整个价值链各环节优化运营与管理，提升企业的运营效率，进而推动经济效益；
- 塑造优质品牌形象是取得品牌溢价和客户粘性的关键法门：通过高效供应链为客户提供迅捷、多样化、全渠道履约方式和退货物流，且拥有更具备兼容性和风控能力的跨境支付，借助广告营销助力品牌传播，并通过云端客户服务加深客户连接，以服务兑现品牌承诺、构筑品牌形象；

亚马逊云科技联合亚马逊全球业务体系支持电商企业以客户想要的方式购物，提供高效、多样的物流履约方式、便捷的跨境支付流程、全链条数字化运营和良好的售后客服支持助力企业实现精细化运营、打造优质品牌：

- 准确库存管理
- 跨境电商物流
- 跨渠道履行
- 跨境支付服务
- 优质客户服务
- 平滑退货流程

安全合规遵从为出海护航

安全和合规被终端客户普遍关注，也是各国政府机构的持续监管重点，世界各国都有相应的数据隐私法规，而跨境电商企业若对当地市场法规缺乏了解，安全合规纰漏很容易成为萦绕电商企业的“达摩克利斯之剑”。



美洲

加利福利亚消费者隐私法案 (CCPA)
加拿大数据隐私法 (PIPEDA)
阿根廷数据隐私法

欧洲

CISPE
欧盟 GDPR
西班牙 DPA 授权
欧盟 - 美国隐私护盾

亚太

中国 网络安全法
日本 数据隐私法
澳大利亚数据隐私法
印度数据隐私法

图 6 全球各国均有相应的数据隐私法规

基于亚马逊云科技对全球标准的合规遵从帮助跨境电商企业构建合规体系。亚马逊云科技拥有 90 个安全标准和合规性认证，在全球各地区拥有 230 项安全、合规性和监管服务及主要功能。此外，亚马逊云科技提供的一系列指导和工具可帮助电商企业满足合规要求。

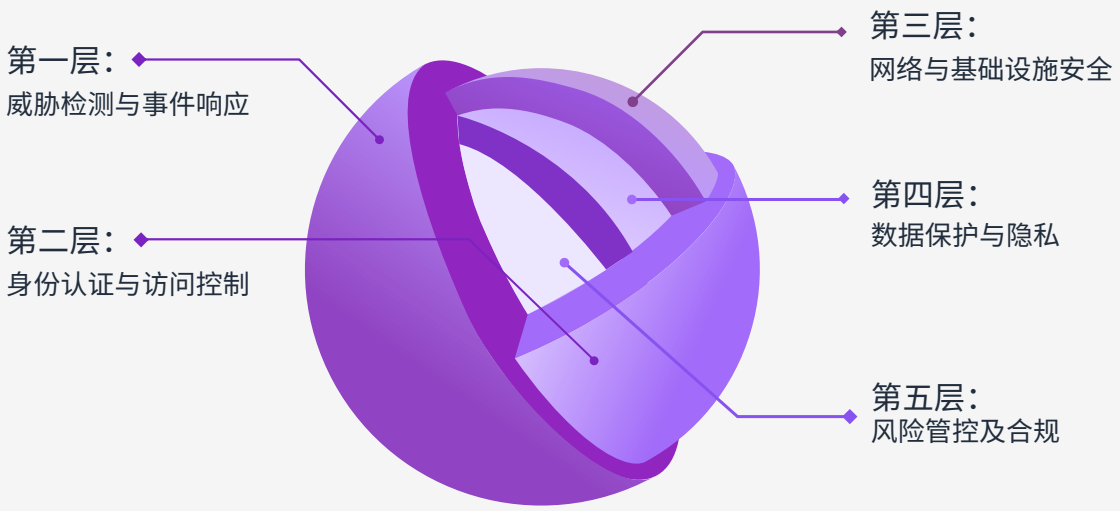
认证/证明		
C5	DE	✓
Cyber Essentials Plus	GB	✓
OSPAR	SG	✓
MTCS Level 3	SG	✓
FIPS	US	✓
IRAP	AU	✓
ISO 9001	🌐	✓
ISO 27001	🌐	✓
ISO 27017	🌐	✓
ISO 27018	🌐	✓
K-ISMS	KR	✓
FedRAMP	US	✓
PCI DSS Level 1	🌐	✓
SEC Rule 17-a-4(f)	US	✓
SOC 1, SOC 2, SOC 3	🌐	✓
ENS 高级认证	ES	✓
ASIP HDS	FR	✓
CMMC	US	✓
DoD SRG	US	✓
🌐 = industry or global standard		

法律/法规/隐私		
新加坡数据隐私法	SG	✓
中国香港数据隐私法	HK	✓
澳大利亚隐私保护法	AU	✓
FERPA	US	✓
GDPR	EU	✓
CLOUD Act	US	✓
HIPAA	US	✓
HITECH	🌐	✓
IRS 1075	US	✓
ITAR	US	✓
My Number Act-日本数据隐私保护	JP	✓
B.E.2562 (2019) (PDPA)	TH	✓
VPAT/Section 508	US	✓
巴西通用数据保护法-LGPD	BR	✓
阿根廷个人数据保护法-PDPL	AR	✓
Privacy Act (New Zealand)	NZ	✓
马来西亚数据隐私法	MY	✓
韩国数据隐私保护法—PIPA	KR	✓
PIPEDA (Canada)	CA	✓
Spanish DPA Authorization	ES	✓
CISPE	EU	✓

路线/框架		
CIS (Center for Internet Security)	🌐	✓
CJIS (US FBI)	US	✓
CSA (Cloud Security Alliance)	🌐	✓
FinTech – Japan	JP	✓
EU-US 隐私盾框架	EU	✓
FFIEC	US	✓
FISC	JP	✓
FISMA	US	✓
G-Cloud-uk	GB	✓
GxP (US FDA CFR 21 Part 11)	US	✓
ICREA	🌐	✓
IT Grundschutz	DE	✓
MITA 3.0 (US Medicaid)	US	✓
MPAA	US	✓
NISC-Japan	JP	✓
NIST	US	✓
Cloud Security Principles	GB	✓
Uptime Institute Tiers	🌐	✓

■ 图 7 亚马逊云科技取得的部分合规认证

亚马逊云科技打造“洋葱型五层防护”体系，为电商企业的安全和合规管控保驾护航。



■ 图 8“洋葱型五层防护”体系

亚马逊云科技

- 洋葱模型第一层：威胁检测与事件响应。

  对安全威胁做到精准定位、快速反应、时刻监控，并且能够分析原因。亚马逊云科技相关重点服务包括：Amazon GuardDuty、Amazon Security Hub 等。

- 洋葱模型第二层：身份认证与访问控制。

  亚马逊云科技有两个经验：保持最小授权原则；对最小授权原则定期进行审计，所有授权都必须有时效性；和三个技术建议：尽可能细化访问的颗粒度、结合多因素鉴证（MFA）技术加强身份认证、减少长期凭证的使用。亚马逊云科技相关重点服务包括：Amazon Identity and Access Management (IAM) 和 Amazon Organizations 等。

- 洋葱模型第三层：网络与基础设施安全。

  防御 DDoS（分布式拒绝服务攻击）是这一层防护的重点。亚马逊云科技相关重点服务包括：Amazon ShieldAdvanced 、Amazon WAF 等。

- 洋葱模型第四层：数据保护与隐私。

  为数据提供全生命周期加密服务，对数据的保护涵盖了数据的存储、传输以及使用的各个环节。亚马逊云科技相关重点服务包括：Amazon KMS 、Amazon CloudHSM 等。

- 洋葱模型第五层：风险管控及合规。

  亚马逊云科技从三个方面确保用户业务的合规性：1）确保亚马逊云科技服务本身的合规性；2）合规方案落地；3）自动化审计。亚马逊云科技的合规认证不仅在基础设施区域，还会深入到每一项云服务，客户部署亚马逊云服务，其合规性能够得到认证机构的认可。亚马逊云科技安全相关重点服务包括：Amazon Audit Manager、Amazon Trusted Advisor、 Amazon Security Bulletins、 Amazon Security Documentation 等。亚马逊云科技还通过安全责任共担模型，推动安全及合规建设。亚马逊云科技不仅要负责云基础设施和云服务的安全，还为云基础设施和云服务拿到全球各种各样的合规认证，帮助电商客户在全球不同地区运营业务均能符合当地的安全及合规要求。

13

三、亚马逊云科技全链条赋能电商企业数智升级

亚马逊云科技电商解决方案和服务全景图

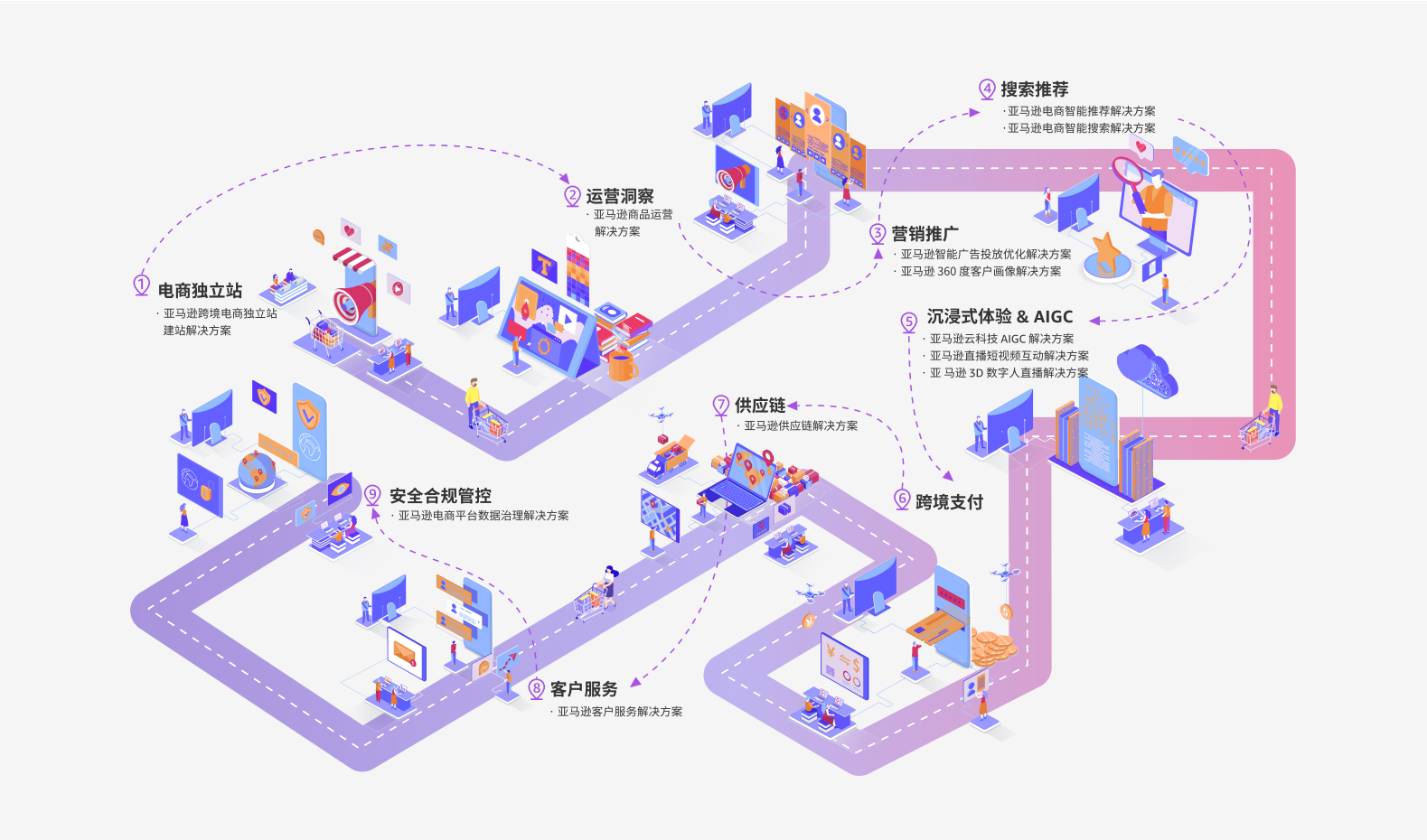


图 9 亚马逊云科技全链条赋能电商企业出海

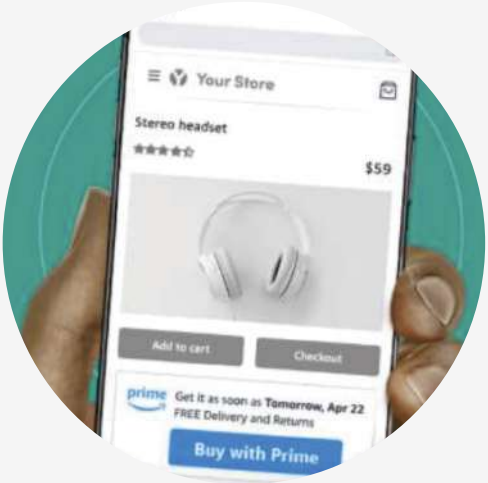
场景一：建独立站

跨境电商独立站建站解决方案

跨境电商 DTC(Direct to Consumer) 独立站是大多数跨境电商采用的经营模式。跨境电商独立站可以让出海企业无需受制于第三方平台的限制，有效增强了抗风险能力，能更好地平衡平台的佣金投入。跨境电商独立站有助于品牌企业更好的梳理品牌形象，同时能够带给出海企业一手的数据资料，帮助出海企业更好的运营私域客户流量，提高客户体验。总之，跨境电商独立站可以帮助企业拓展国际市场并提高品牌价值，并已经成为跨境电商出海的趋势之一。

亚马逊云科技依托全球广泛的云服务，为跨境电商独立站提供了坚实的数字基座，在此基础上，亚马逊云科技还为电商独立站场景提供了丰富的托管服务，满足企业独立站在营销推广，个性化推荐，销售需求预测，商业反欺诈，智能客服中心等场景下的业务发展需求。

同时，亚马逊也针对电商独立站提出了 Buy with Prime 的解决方案来支持电商独立站的发展。通过 Buy with Prime，电商独立站企业可以通过与亚马逊 Prime 会员体系在独立站平台进行相应的集成；在电商独立站上提供的 Buy with Prime 服务选项来吸引亚马逊的 Prime 会员到独立站进行购物，且可以享受到亚马逊 Prime 会员服务体验，例如 1-2 天的快速履约以及良好的售后服务，从而提高电商独立站的销售转化率。



吸引亚马逊买家到你的 DTC 网站

通过相关广告向参与的亚马逊受众进行再营销，吸引更多参与的亚马逊购物者

通过快速、免费的送货服务转化购物者

通过 1-2 天的发货运输和透明的交货时间取悦您的客户

建立直接关系以发展您的品牌

通过控制您的客户数据来培养客户关系

Buy with prime

“Buy with Prime 帮助我们履行减少一次性塑料瓶污染的使命同时在我们自己的网站上提供客户信任和喜爱的 Prime 购物体验自从添加 Buy with Prime 后，我们 DTC 网站的转化率增加了 40% 以上。”

- Oliver Crane, COO Epic Water Filters

图 10 亚马逊 Buy with Prime 对于独立站的价值

亚马逊云科技联合独立站领域重要的业务合作伙伴为跨境电商客户提供了完整的业务模块来支持企业迅速建立完整的独立站，并且涵盖了从建站，内容发现，营销选购，购买履约以及客户互动等全面的业务场景支持。客户可以根据自身需求选择合适的建站模式（云上部署或者 SaaS）以及相应的功能模块满足不同行业客户的定制化需求。

- 价值和优势

亚马逊云科技的独立站建站解决方案可以满足不同规模客户在全球范围开展独立站业务的需求，并且能够更好结合亚马逊整体的业务生态体系，帮助客户顺利的发展独立站业务。

场景 2：运营洞察

商品运营是跨境电商的核心业务领域之一，对于电商平台和独立站场景，有效的商品运营都是保障商品以及站点能够吸引客户流量，增加商品曝光度，提高销售转化的重要方式。这其中像针对商品选择，详情信息制定，关键词选择，价格选取，以及售后客户评论分析等环节就是商品运营的重要环节。

商品运营解决方案

亚马逊云科技生态合作伙伴在商品运营领域有着多年的经验沉淀以及技术积累。商品运营解决方案的关键价值在于对于商品本身特性，目标客户的精定位与画像，以及对电商平台、市场趋势三者的精准理解。商品运营方案基于日积月累的大量平台数据以及行业数据，结合了运营经验和亚马逊云科技智能湖仓平台的数据分析服务以及人工智能服务，可帮助客户突破市场洞察，选品推荐，精准获客，商品描述信息改进等业务场景中的发展瓶颈。

应用场景

针对上述场景，亚马逊云科技生态伙伴基于电商平台全类目丰富的数据积累，帮助企业客户进行细分市场分析，了解市场规模、趋势和当前竞争格局。通过最新的数据洞察目标市场发展情况和布局，并了解头部企业和竞争商品的动态，让企业能结合自身商品特点来制定行之有效的商品组合以及经营策略。

同时亚马逊云科技也和生态伙伴合作，针对客户在平台留下的评论进行智能语意分析，从而全面细致的了解客户对于商品选购以及使用过程中的真实反馈意见，并从中提炼出可以帮助企业提升售后服务满意度的机会，了解客户使用商品中的痛点，并将其作为后续产品改进过程中的有效输入，加速产品研发迭代，提高商品的客户满意度。

价值和优势

亚马逊云科技与合作伙伴结合了亚马逊以及行业伙伴的丰富电商行业经验，并依托亚马逊云科技在数据分析和人工智能领域的能力，为跨境电商客户提供了覆盖多种跨境电商业务运营领域的解决方案，为跨境电商企业提供有效的运营支撑和智能决策支持，帮助企业提高运营效率以及商品售卖转化。

场景 3：营销推广

数字营销对于电商行业是重要的业务拓展方式，结合公域的广告推广引流，以及私域的客户数字化运营以及营销触达，到消费者在公域平台上的购物体验和产品使用的反馈，形成了整体的电商消费者运营的业务闭环。在这个闭环中，针对客户以及营销业务的数据的收集，分析和洞察在各个业务节点都起着至关重要的作用，针对这个业务闭环，亚马逊云科技提供了以下方案帮助电商企业开展营销业务。

智能广告投放优化解决方案

广告投放是电商客户拓展市场行之有效的方式，同时也是电商企业资金投入较多的领域之一。面对逐年增长的广告投放支出，如何基于对数据的洞察来提高广告竞价的 ROI，提升广告投放效率成为出海企业所关注的重点。亚马逊云科技的合作伙伴生态提供了丰富的广告投放和分析服务，能帮助电商广告主完成多平台广告的规划、精准投放以及广告投放的数据分析和优化。同时，亚马逊云科技借助人工智能平台 SageMaker，通过机器学习的方式对于客户在广告投放平台的竞价数据进行分析打造智能广告竞价优化方案，从而优化客户对于未来广告竞价的出价，提升出海客户在海外广告平台投放的 ROI 和人效。

- 价值和优势

结合亚马逊云科技的人工智能服务，为客户提高数字化广告投放的效率和投入产出比，提升客户广告投放运营能力。

360 度客户画像解决方案

在将消费者吸引到私域电商独立站之后，电商企业需要结合自身业务特点建立适合自己的私域客户运营策略。同时企业需要一套解决方案来将私域运营策略高效的落地支持运营团队的日常工作，有效提高私域流量转化率以及 GMV 转化，提升客户长期价值和客户忠诚度。亚马逊云科技提供了相应的电商平台私域运营解决指导方案（solution guidance）可为电商企业提供可实现方案的参考架构和技术支持，同时亚马逊云科技的合作伙伴生态对于私域流量运营也提供了丰富的方案支持。

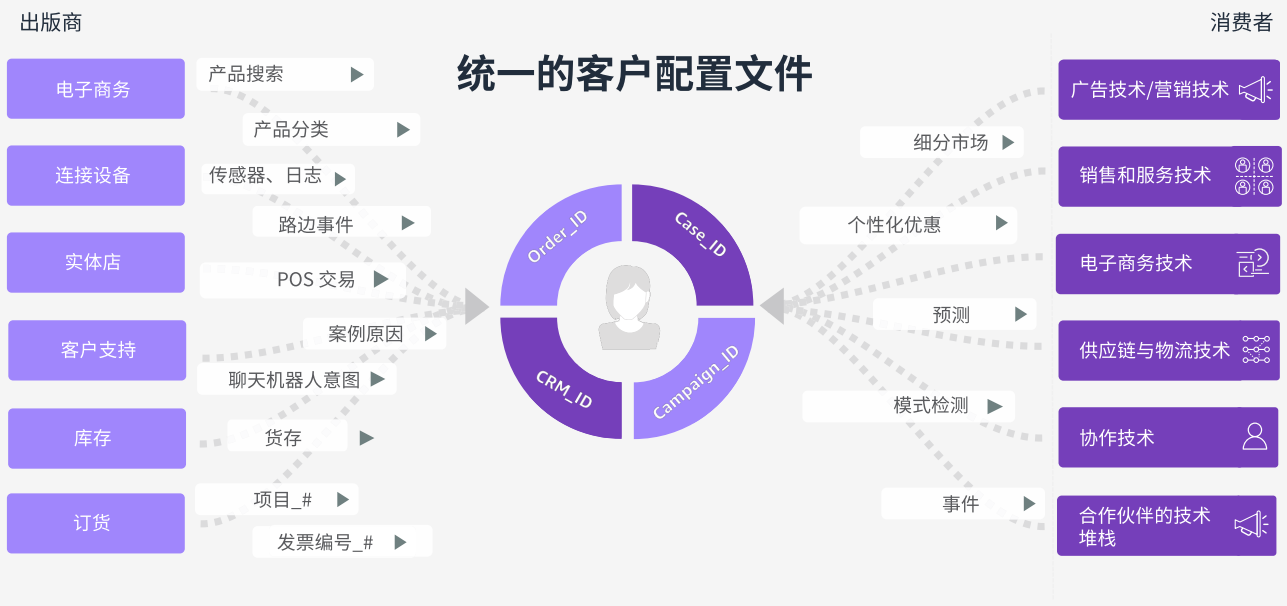


图 11 360 度客户画像示意

亚马逊云科技基于自身的云原生服务体系，针对 360 度客户画像业务场景提出了以下业务架构，为电商行业客户基于亚马逊云科技的服务平台构建数字化营销应用提供了技术指引。

图 12 360 度客户画像业务场景

解决方案应用

亚马逊云科技的业务生态体系也为客户提供了丰富的合伙伙伴解决方案来支持客户开展基于公域及私域场景下的数字化营销业务，从公域的广告投放及引流分析，社交平台洞察，到私域的数字化营销和客户运营。

在电商企业的商业核心领域，亚马逊云科技也提供了丰富的行业解决方案，涵盖了数据集成、智能分析、低代码操作等服务，可助力跨境电商企业通过数字化方式打通全域数据，并高效进行处理和分析，降低海外库存和拉新成本，提高推广转化率，驱动留存和复购，赋能业务营销增长与运营创新。

价值和优势

亚马逊云科技及生态伙伴在营销推广场景中为客户提供了全面丰富的解决方案，可在平台，公域以及私域等不同场景下支持客户有效践行企业的营销推广策略。

场景 4：搜索推荐

电商智能推荐解决方案

个性化体验是现今电子商务平台所着力打造的客户体验方式。包括 B2B 和 B2C 的在线购物者都希望获得个性化的定制购物体验。有研究证明个性化互动体验可以有效的增加电商业务的销售额，一些提供了高级个性化功能的零售电商客户收入可增长 25%。个性化的概念虽然不是新概念，但通过使用数据打造更复杂和个性的客户体验，可提高零售组织用户的品牌忠诚度，从而增加销售和收入。根据麦肯锡 2019 年的一项研究，实施个性化推荐和触发式沟通的组织实现了 5%-15% 的收入增长和 10%-30% 的营销支出效率增长。

Amazon Personalize 体现了零售格言：“生于零售，专为零售商构建。” Amazon.com 于 1998 年率先推出个性化服务，当时该商店引入了一系列功能，以更好地为图书购买者提供服务，包括从其大型目录中即时推荐。 自 1998 年以来，亚马逊利用数十年的个性化研究，通过推荐的商品和内容小部件增强了 Amazon.com、Prime Video、Amazon Music、Kindle 和 Alexa 的客户体验。 亚马逊云科技客户可以利用这几十年的经验，使开发人员能够借助 Amazon.com 使用的机器学习技术构建应用程序，以获得特定产品或内容推荐、相关产品排名和定制营销传播等实时个性化推荐服务。

个性化可以融入客户体验的方方面面

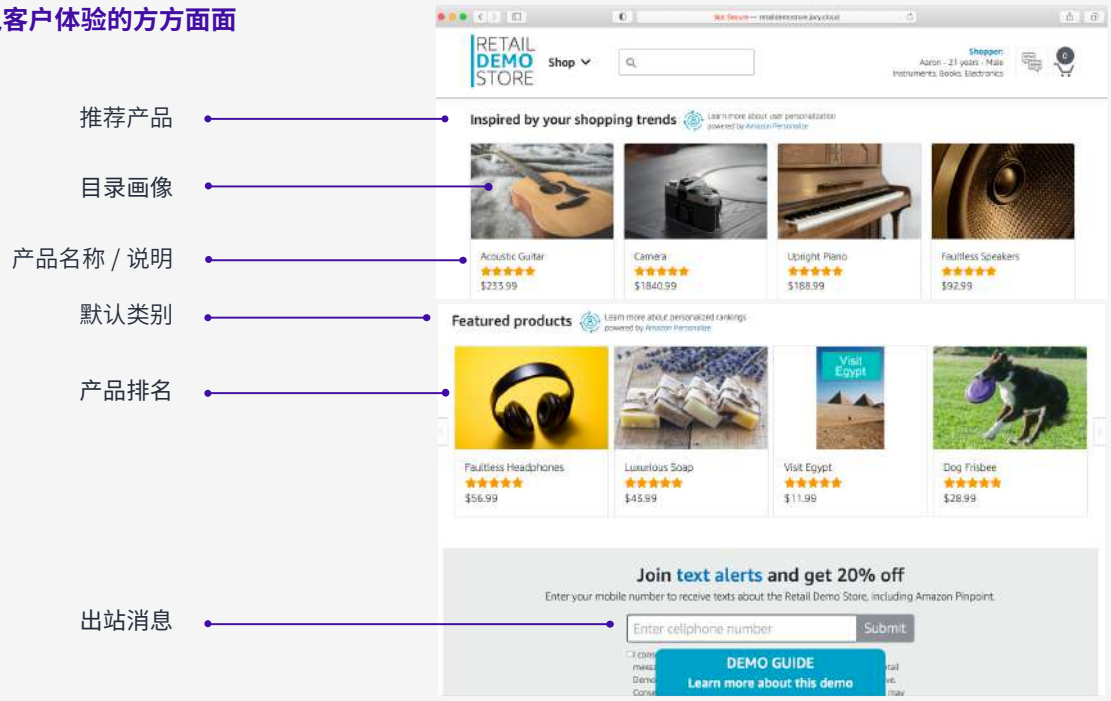


图 13 电商智能推荐在独立站的应用场景

亚马逊云科技提供了电商智能推荐解决方案，以支持客户对于个性化推荐有复杂行业定制化需求。电商智能推荐方案基于亚马逊云科技的人工智能服务构建，可支持多场景下的个性化推荐需求，例如基于消费者行为的商品推荐，基于已消费商品的相关性商品推荐，同时也支持针对视频/ 短视频的内容推荐。同时，电商智能推荐方案还能为客户提供业务推荐行为的预定义服务，以支持企业定义不同的推荐策略来应对多场景下复杂的推荐需求，提高客户体验和销售转化。

图 14 亚马逊云科技电商智能推荐解决方案功能介绍

电商智能搜索解决方案

智能搜索功能基于亚马逊云科技的搜索引擎服务 Amazon Opensearch，并结合了机器学习中的自然语言处理功能，能帮助电商企业精准理解消费者的搜索意图，在海量的商品中找到符合客户查询条件的产品结果，之后利用人工智能技术结合客户的个性化消费行为对搜索结果进行排序优化，以保证客户可以快速准确的找到自己想要购买的产品并完成下单。在很多电商场景中，智能化搜索和推荐会互相结合，为消费者提供更好的消费体验。

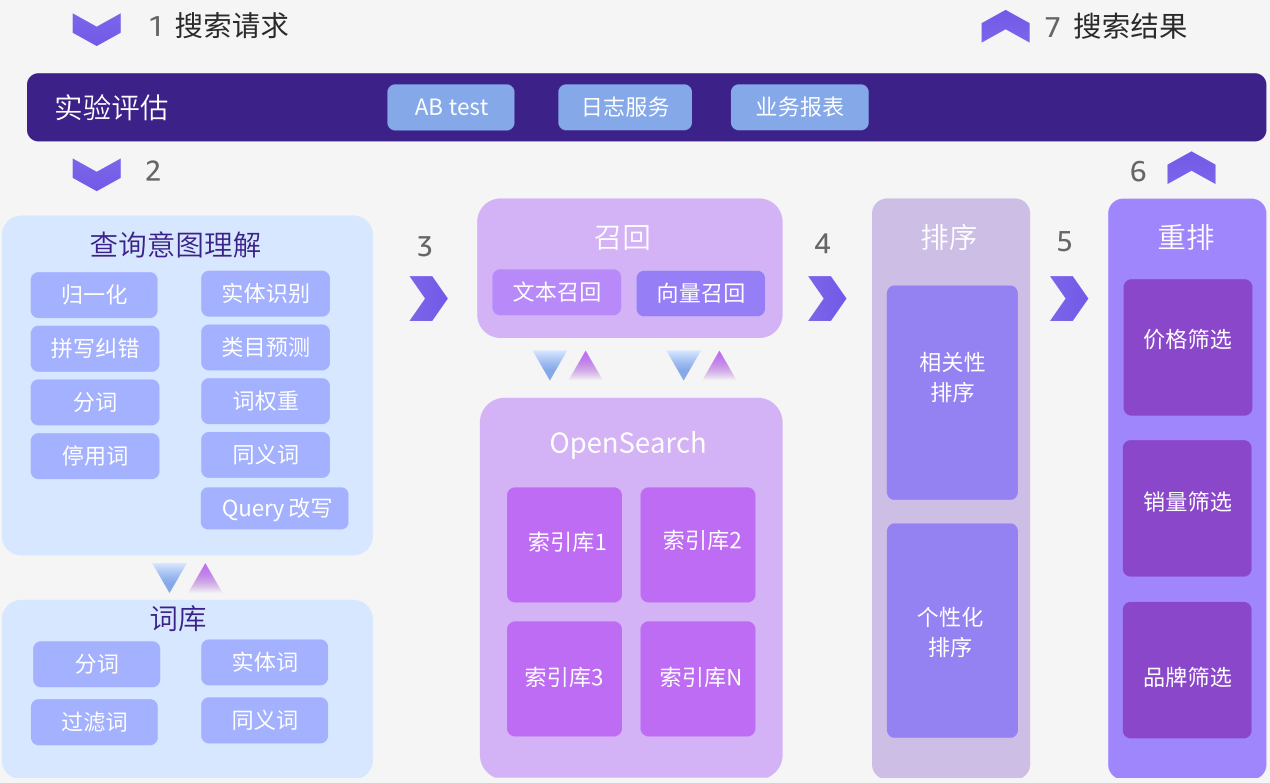


图 15 亚马逊云科技电商智能搜索解决方案示意

解决方案应用

电商智能搜索方案为电商平台以及独立站客户提供了适合行业客户面向消费者提供智能化搜索的应用场景，方案结合亚马逊云科技的搜索服务 Amazon OpenSearch 以及人工智能服务 Amazon SageMaker，利用 NLP 技术可提高客户搜索准确度，从而持续优化消费者的搜索体验，并促进电商平台及电商独立站的销售转化率。

价值和优势

亚马逊云科技结合亚马逊自身在电商行业的实践，通过智能推荐和智能搜索解决方案，帮助电商客户提升电商独立站的核心业务能力，提高了电商平台消费者购物体验以及销售转化效率。

场景 5：沉浸式体验及 AIGC

亚马逊云科技 AIGC 解决方案

AIGC (AI 内容生成) 在众多行业都兴起了一波新的行业应用浪潮，在音频，图像，视频，文字等领域开始产生新的应用场景帮助用户更高效的创造内容，从而提升业务效益。亚马逊云科技也在积极开展 AIGC 在电商行业的应用场景，并且提供了 Industry AI 的解决方案指南来帮助开发者，算法工程师，美术设计、运营人员等不同类型的企业客户，基于亚马逊云科技的机器学习平台 Amazon SageMaker 迅速开展 AIGC 的应用尝试。

解决方案应用

基于亚马逊云科技的 Industry AI 方案，电商客户可以迅速把 AIGC 能力应用到市场营销素材生成，消费者个性化互动，商品资讯生成等场景中，还能结合 3D 数字人技术生成和处理 3D 数字人模型，并且应用到虚拟主播，虚拟卖场等新式的消费者互动体验场景中。

营销

- 数字人直播
- 文案，短视频

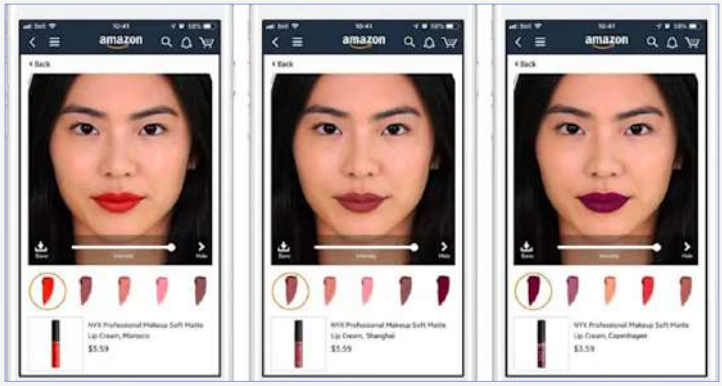
售后

- 智能问答
- 操作指南

展示

- 产品物料：图片和视频

▪ 虚拟试妆



▪ 图 16 亚马逊云科技 AIGC 解决方案应用场景

◉ 价值和优势

Industry AI 方案结合了亚马逊云科技的 Amazon SageMaker 人工智能服务，对 Stable Diffusion Webui 进行了优化，可以更方便快捷的完成 AIGC 模型的训练和部署。结合亚马逊云科技的容器化服务和无服务组件，能以全托管、自动弹性伸缩的方式支持客户弹性使用云平台资源，支持多用户并发访问使用。亚马逊云科技提供的 Embedding, hypernetwork, Dreambooth, ControlNet 等方案可支持多种 AIGC 的训练方式，以满足客户对于 AIGC 不用场景的业务需要。

直播短视频互动解决方案

新媒体营销和带货已经全面开花，短视频和直播在全球范围已经融入了很多电商平台，并成为了电商平台的主要获客战场。各个电商平台和品牌卖家每天通过直播模式产生了大量的视频数据，这些视频数据里包含了大量的商品促销素材可以在后期以短视频的形式加以利用。亚马逊云科技提供了支持“前倾”式直播体验的 Amazon Interactive Video Service 服务，简化了客户搭建流媒体平台所需要面对的技术和前期投入的高昂门槛，支持客户快速简单部署低延时的互动直播服务，并且可以按照业务需求弹性使用资源。

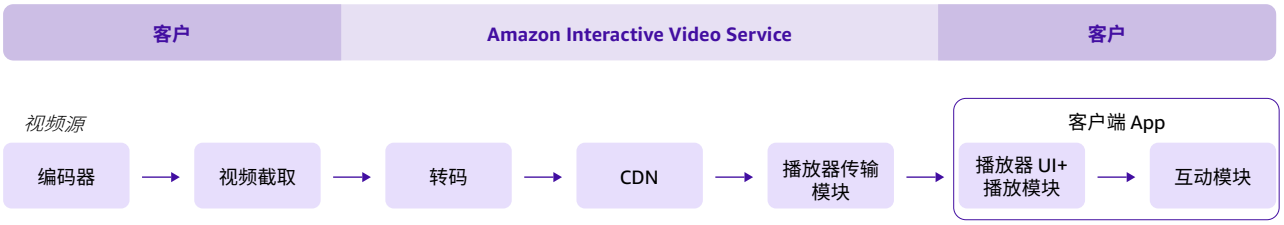


图 17 直播短视频互动解决方案示意

解决方案应用

亚马逊云科技在提供 Amazon Interactive Video Service 服务的基础上，联合生态合作伙伴打造了直播短视频融合媒体解决方案支持客户以高效的方式，通过直播短视频进行营销获客。该解决方案包含6 大主要能力：1） 媒体资产管理 2）富媒体 Metadata 提取 3）媒体内容编辑 4）数据运营分析 5）媒体内容播放 6）流媒体服务。

价值和优势

利用 Amazon Interactive Video Service 服务为客户提供端到端的流媒体直播能力，结合亚马逊生态合作伙伴专业的数字化媒体制作和数字媒体资产管理能力，为客户提供一体化智能化的直播短视频的融合方案，提高企业流媒体业务的投入产出效率。

3D 数字人直播解决方案

市场调查数据显示，虚拟人产业在 2022 到 2023 保持稳定增长，虚拟人形象结合人工智能等前沿技术，在电商行业的虚拟主播、数字员工、虚拟偶像等业务场景下满足消费者多样化的需求，产生巨大的市场机会，提高电商平台沉浸式客户体验的发展。亚马逊云科技结合数字虚拟人技术、AIGC 技术和互动视频直播服务 Amazon Interactive Video Service，打造了数字人互动直播解决方案，帮助电商客户解决电商直播多样性风格化场景化的业务需求。方案基于云原生服务架构，提供了管理平台，B 端用户侧和 C 端用户侧的业务覆盖。基于人工智能的 AIGC 能力，可以为数字人提供风格话的处理，更加方便的满足数字人形象对于不同业务需求的适配。方案提供 API 接口便于与现有系统进行集成，可以随客户业务需要自动完成扩缩容。

- 数字人虚拟试衣

- 数字人客服

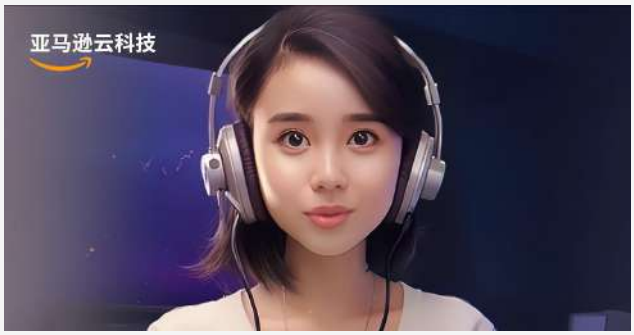


图 18 数字人直播解决方案应用

解决方案应用

亚马逊云科技联合生态合作伙伴，结合亚马逊云科技的互动视频直播服务以及生态伙伴结合 AIGC 的 3D 数字人的制作能力，为电商出海客户打造了适合于出海电商平台的 3D 数字人直播解决方案。方案结合了亚马逊云科技 Amazon Interactive Video Service 以及无服务架构，客户可以结合自身海外业务需求，选择合适的数字人资产以及直播需要的语言，在海外电商平台提供符合客户需求的 3D 数字人直播服务，为电商平台提高客户数字化体验并提高 GMV 转化效率。

- 价值和优势

利用无服务架构支持客户低成本的开展 3D 数字人直播业务，并且支持客户业务后续的扩容能力。方案为客户提供了开放的 API 来支持客户方便的进行系统集成，极大程度的减少了对于现有系统集成影响。

场景 6：跨境支付

对于拥有电子商务渠道在线销售的 DTC 品牌来说，为客户提供无缝对接无感体验的支付工具至关重要，帮助客户快速下单支付，提高销售转化率。为此，电商平台需要建设一套支持多种支付工具（各类钱包账户，储蓄卡，本外币信用卡）的支付网关系统，来为消费者提供流畅的支付体验，而无需切换支付工具或进行跳转，即可在下单的同时完成支付流程；而同时，由于电商独立站拥有多商家入驻，平台方使用大量的促销手段和分销方来参与营销及购物车结算，而用户希望通过购物车统一进行结算，平台方也需要建立一套安全合规，即时到账的分账体系，吸引更多的商家入驻。

电商平台一站式支付解决方案

亚马逊云科技基础设施已经被认证为 PCI DSS 3.2 Level 1 级服务商，能够为为支付卡行业（PCI）数据安全标准（DSS）合规性提供了标准化架构。亚马逊云科技服务基础设施有助于帮助电商平台建设一套维护用于存储、处理和传输信用卡信息的安全环境的支付网关系统，并能够简便通过 PCI 各项认证。

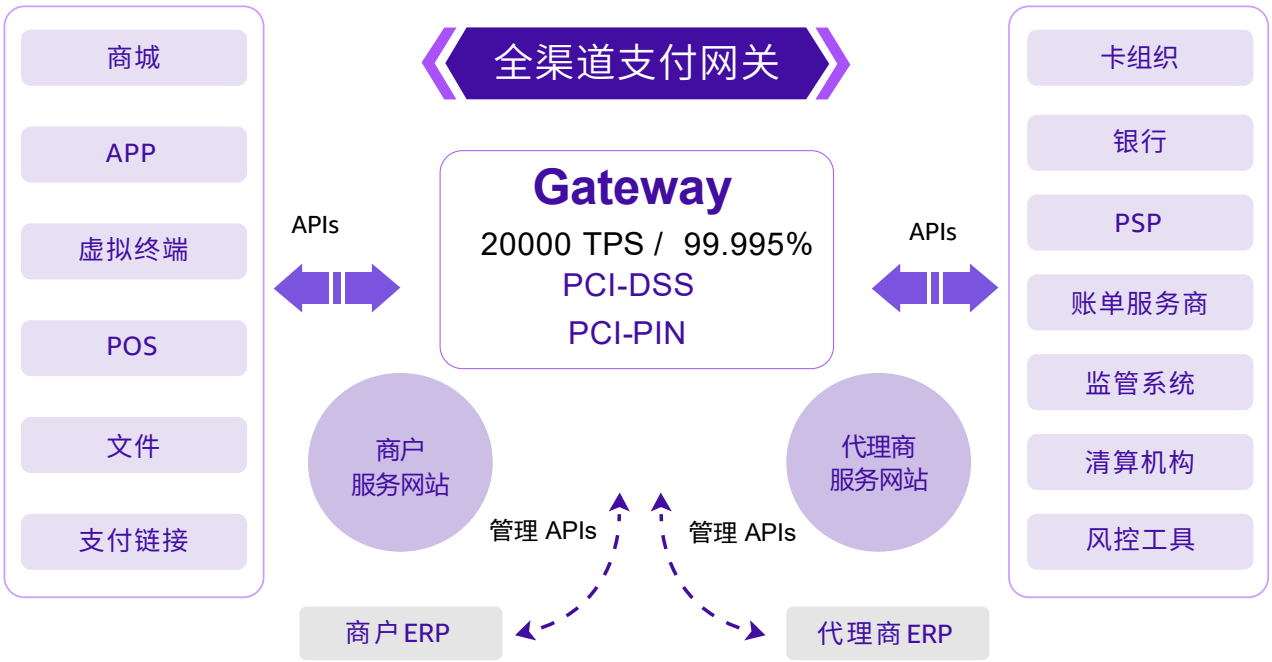


图 19 电商平台一站式支付解决方案

亚马逊云科技联合支付生态合作伙伴为电商平台打造一站式支付解决方案，支持电商平台网络收单业务以及合规分账等支付业务需求。该支付方案提供各类支付接口，支持商户 PC 端和移动端的扫码支付需求；具备统一的 API 和 SDK，简化商户的对接流程；提供聚合支付接口，具有统一的支付渠道配置，支持多种支付方式付款，简化客户付款流程，满足客户个性化的付款的需求；安全合规的构建分账体系，即时完成商家子账户的资金清分流程，规避平台“二清”风险，支持订单合并支付及便捷退款，提升消费者购物体验。

- 价值和优势

利用亚马逊云科技安全合规架构以及强大的生态合作伙伴能力，为电商平台提供完善的资金管理解决方案，一站式解决资金合规、多样化支付、多角色分账问题，提升电商平台运营效率以及客户满意度。

场景 7：供应链

在当今世界，全球供应链中断是前所未有的，而当前的传统工具无法以适当的规模和速度预测和管理这些情况。根据供应管理协会对 600 多家全球公司的调查，95% 的公司承认他们的供应链因需求变化、交货时间延长和产能挑战而面临风险。 然而，几乎一半的人证实他们没有适当的计划来降低这种风险。 企业供应链管理者正在寻找工具来系统地预测库存、产能和供应链风险。弹性供应链能通过分析内部供应链数据以及大流行病传播、客户情绪和国家重新开放时间等外部因素来预测劳动力和库存风险，使用“风险价值”模型计算端到端价值链风险，并推荐选项以减轻这些风险作为决策支持平台。

亚马逊云科技针对出海客户对于海外供应链统一管理和优化的需求，推出了 Amazon Supply Chain 的预览版本。同时亚马逊云科技的解决方案生态也提供了丰富的海外物流以及海外仓的解决方案，为跨境电商客户提供全面的海外供应链方案。

Amazon Supply Chain

亚马逊云科技在 2022 年提供了 Amazon Supply Chain 的预览版本。Amazon Supply Chain 是一种云应用程序，可通过统一数据，机器学习支持的智能化分析和内置的上下文协作降低供应链风险和成本。亚马逊云科技提供的供应链可轻松连接到现有的企业资源规划 (ERP) 和供应链管理系统，无需重新平台化、前期许可费用或长期合同。

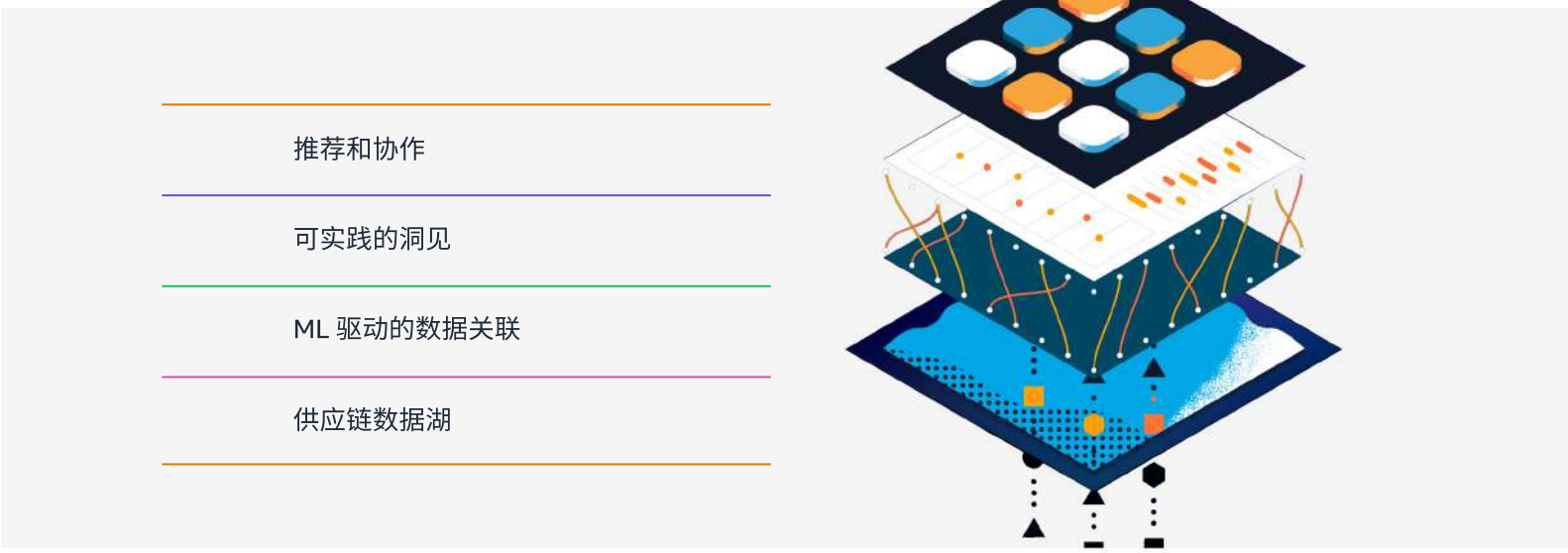


图 20 Amazon Supply Chain 功能实现

解决方案应用

Amazon Supply Chain 可帮助客户以便捷的方式建立供应链数据湖，并且连接各种数据源来集中管理您的供应链相关的数据，包括您的 ERP 系统以及其他供应链管理系统。

Amazon Supply Chain 构建了交互式可视化的用户界面，在实时可视化地图中将您的数据关联起来，并突出显示当前的库存选择和数量，以及每个位置的库存健康状况。 库存经理可以深入了解特定设施，并查看每个位置的现有库存、运输中库存和潜在风险库存。

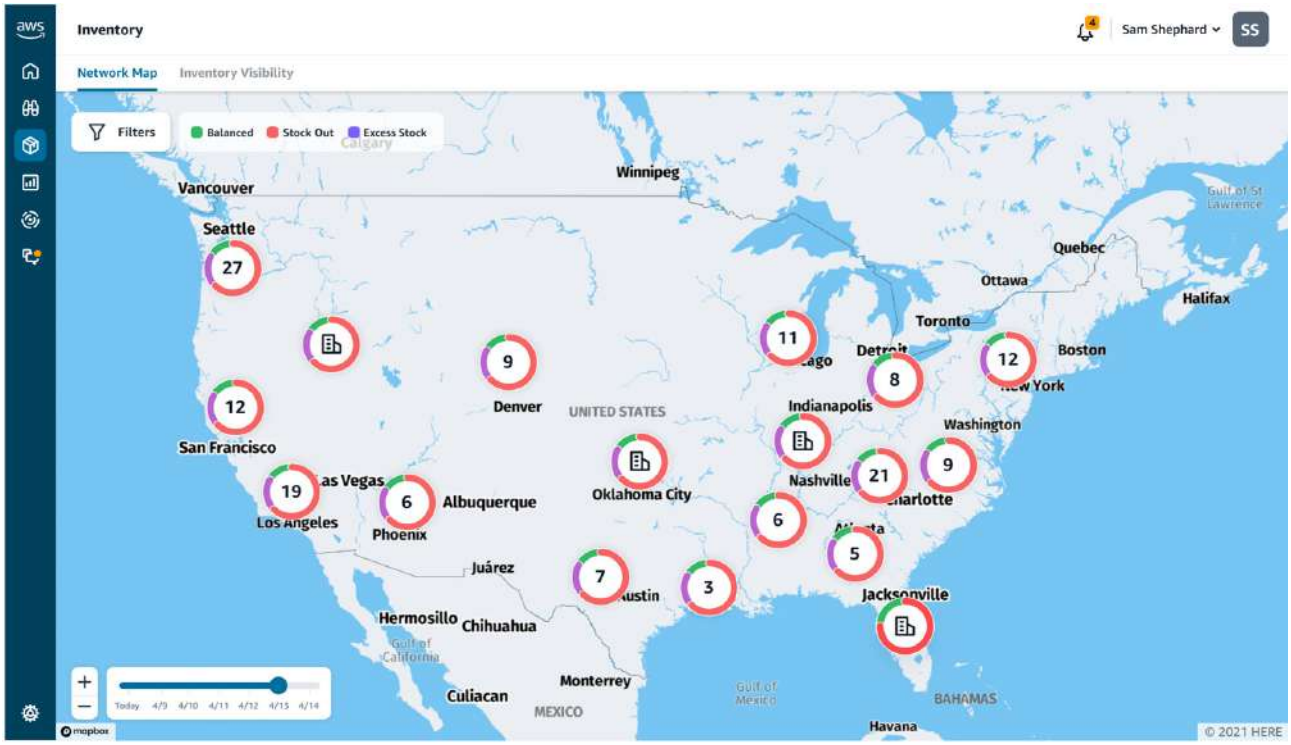
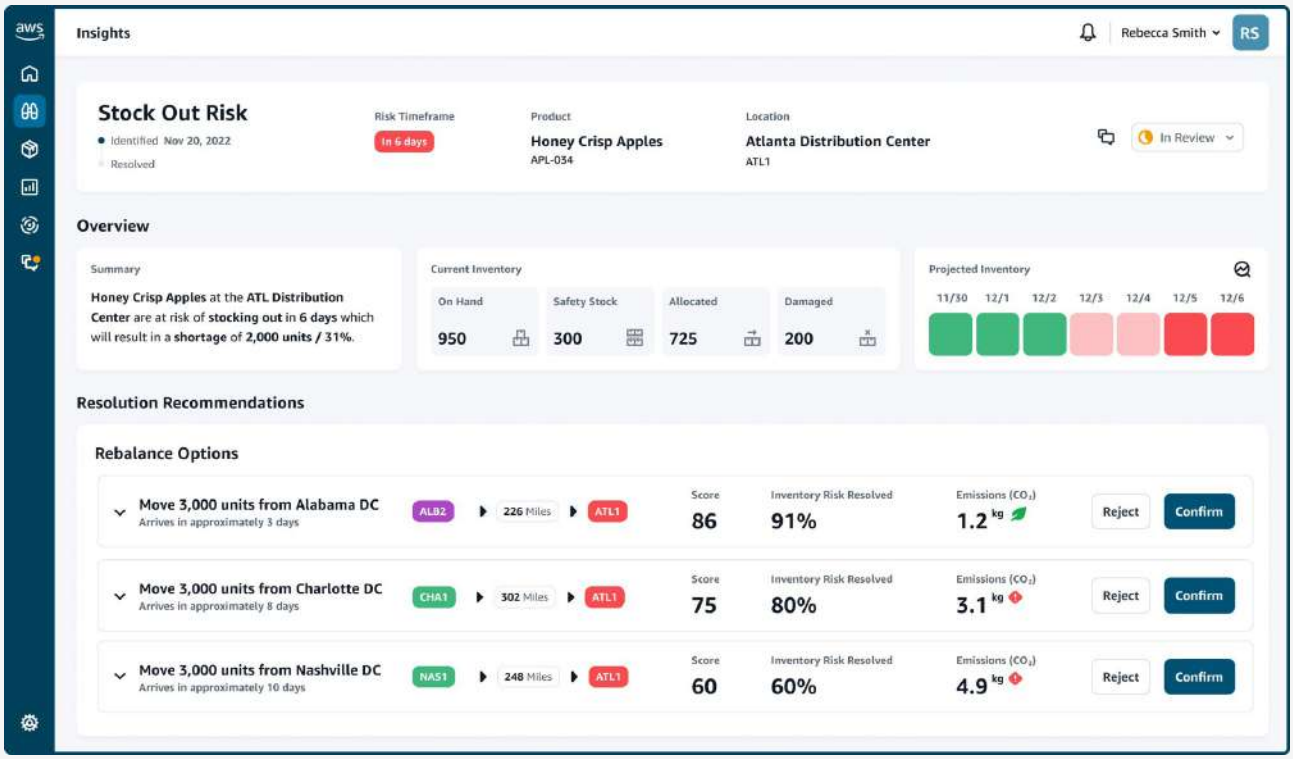


图 21 Amazon Supply Chain 可视化的用户界面示意

Amazon Supply Chain 使用数据湖中全面的供应链数据，可自动生成对潜在供应链风险（例如，积压或缺货）的洞察，并将其显示在实时可视化地图中，同时依托亚马逊云科技技术构建的机器学习模型生成更准确的供应商提前期预测。 供应计划人员可以使用这些预测的供应商交货时间来更新计划模型中内置的静态假设，以减少缺货或库存过剩的风险。库存经理、需求计划人员和供应链负责人还可以通过选择位置、风险类型（例如缺货、库存过剩风险）、库存阈值以及将团队成员添加为观察者来创建自己的洞察观察列表。 如果检测到风险，Amazon Supply Chain 将生成警报，突出显示潜在风险和受影响的位置。

Amazon Supply Chain 还提供了自动评估、排名和共享各种重新平衡选项，以便在检测到风险时为库存经理和计划人员提供建议采取的措施。 建议选项根据解决风险的百分比、设施之间的距离和可持续性影响进行评分。 供应链经理可以深入审查每个选项对网络中其他配送中心的影响。Amazon Supply Chain 还能不断从企业做出的决策中学习，随着时间的推移改进建议。为了帮助您与同事达成共识并实施再平衡行动，Amazon Supply Chain 提供了内置的上下文协作功能。 当团队互相聊天和发送息时，会共享有关风险和推荐选项的信息，从而减少因沟通不畅而导致的错误和延迟，以便用户可以更快地解决问题。



■ 图 22 Amazon Supply Chain 库存管理示意

Amazon Supply Chain 的需求规划可生成更准确的需求预测，并能根据市场条件进行调整，然需求规划人员能够跨团队协作，帮助他们避免因过多的库存而造成的成本浪费。 为了帮助消除围绕需求规划的手动工作和猜测，Amazon Supply Chain 通过 机器学习 来分析历史销售数据和实时数据（例如，未结订单）、创建预测并不断调整模型以提高准确性。需求规划还不断从不断变化的需求模式和用户输入中学习，以提供近乎实时的预测更新，使公司能够主动调整供应链运营。

- 价值和优势

Amazon Supply Chain 提供相关的产品服务包和交付选项，具有成本效益的售后服务可保持产品的可追溯性以增强客户信心。同时，能以需求为导向优化运营，实现快速和持续的补货和再平衡以及可预测的进出货，通过弹性产品和运营设计、足迹多样化、通过机器学习降低成本和市场波动以及实现环境、社会和治理目标来降低风险。

场景 8：客户服务

在电商的业务链条中，让电商企业和消费者同时头疼不已的环节大概就是售后了。尤其是针对海外跨境电商场景，因为面向海外提供售后不仅成本高昂，语言文化等差异也导致企业和消费者之间沟通不顺畅，造成客户服务满意度差，甚至会因此造成的客户流失也是跨境电商的一大“痛点”。

Amazon Connect

亚马逊云科技提供的 Amazon Connect 服务，为客户提供一站式的云原生的智能呼叫中心解决方案。Amazon Connec 让客户可以用按量付费的模式简单的创建一套全球范围覆盖的云上呼叫中心，并且根据后续客服人员数量的增减弹性扩缩用量。Amazon Connect 支持语音、文本、社交媒体和大批量外呼的全渠道交互，在客服业务方面支持自助服务流程设计，提供了一体化的用户管理和工单管理功能，在智能化方面集成了自然语言对话机器人 Amazon Lex，智能语义分析 Contact

Lens，智能坐席辅助 Amazon Connect Wisdom 以及声纹身份验证 Amazon Connect Voice ID，预测排班 Amazon Connect forecasting, capacity planning 等功能。

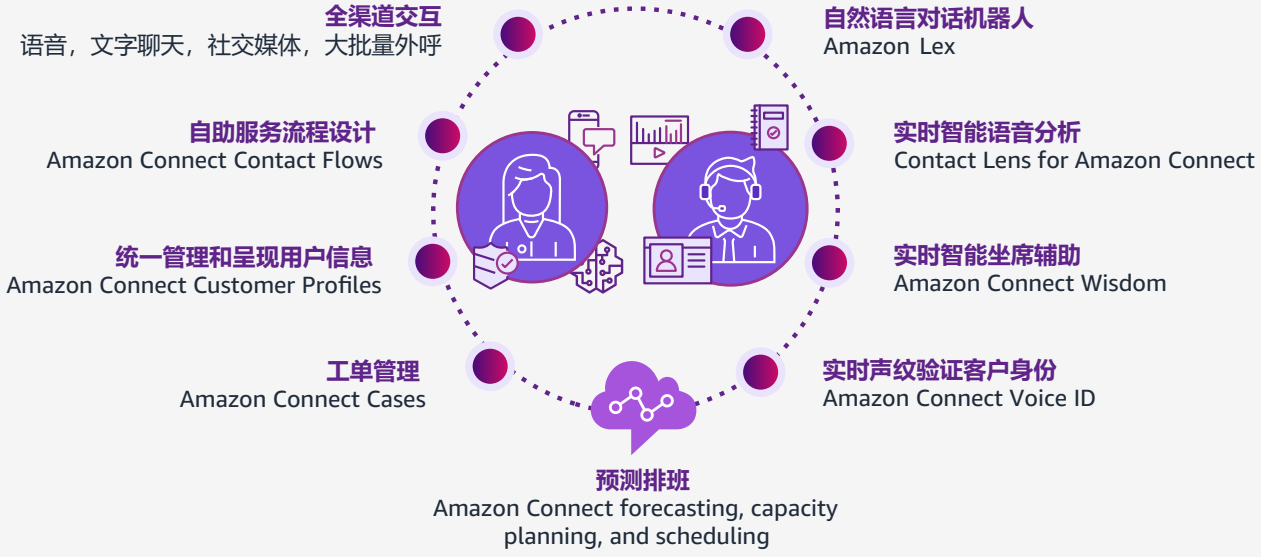


图 23 Amazon Connect 服务功能

解决方案应用

亚马逊云科技的合作伙伴在 Amazon Connect 的基础上，构建了更多智能化及多渠道对话方面的增强性功能，以支持智能客服平台能够承载更多的客户触达渠道，深度集成客服管理功能。同时也提供了在不同行业场景下积累的客服业务知识库，以保障客服平台智能化功能更加贴近客户行业场景和需要。例如某智能客服合作伙伴为出海电商客户基于 Amazon Connect 打造了一体化客户联络解决方案，针对客户业务场景提供更加定制化的端到端解决方案。

图 24 亚马逊云科技生态伙伴智能客服方案应用场景

价值和优势

亚马逊云科技和生态合作伙伴在出海智能客户领域，提供了适合客户多样性需求下的解决方案。既可以帮助可以用 Amazon Connect 的云原生服务来快速低成本构建云上客服平台，又可以选择生态合作伙伴的全面的定制化方案来满足客户更加复杂的场景需求。

场景 9：安全合规管控

跨境合规是跨境电商从业者无法回避的问题，随着跨境电商的发展，尤其是 DTC 模式的兴起，跨境 B2C 交易额占境内外整体 B2C 交易额比例仍不断走高。在全球不确定性持续加剧的环境下，作为一种新兴的商贸形式，跨境电商产业会面对各国数据安全、知产保护、生态环境等多项问题带来影响，该产业也因此受到全球各国政府的密切关注。整体来看，各国政府一方面支持跨境电商贸易发展以提升经济活力，另一方面也在不断加大对跨境电商产业的监管力度，保障当地政府和市场主体的利益不受损失。

亚马逊云科技和生态伙伴为跨境电商客户提供了全面的出海合规解决方案，从业务和数据两个角度，涵盖了商品，品牌，运营，税务等主要业务场景，从合规业务咨询到落地方案，为出海客户发展业务保驾护航。

电商平台数据治理解决方案

数据的安全合规是电商业务持续运营的重要基础，全球各个国家通过发布各自的数据安全法律法规来持续加强数据合规的管控，例如欧盟的 GDPR，美国的 CCPA，中国的网络安全法和个人信息保护法等。同时在全球化视角下，主要的国家和地区也都在推进数据跨境规则的制定与完善，在这个全球数据跨境流动管理框架下，每个企业都会面对数据跨境流动的影响，并应高度重视数据跨境流动的治理和管控。亚马逊云科技结合自身云平台的智能湖仓服务框架，构建了数据合规与治理解决方案，来支持电商客户在亚马逊云科技的云平台上构建一套数据治理框架，完成数据发现，元数据管理，数据字段分类分级，数据管理策略管理，数据访问控制，以及数据在跨境访问过程中的处理等步骤。此方案框架为电商客户提供了一套符合行业要求的可落地的数据治理解决方案，并能为电商客户在全球区域的发展保驾护航。

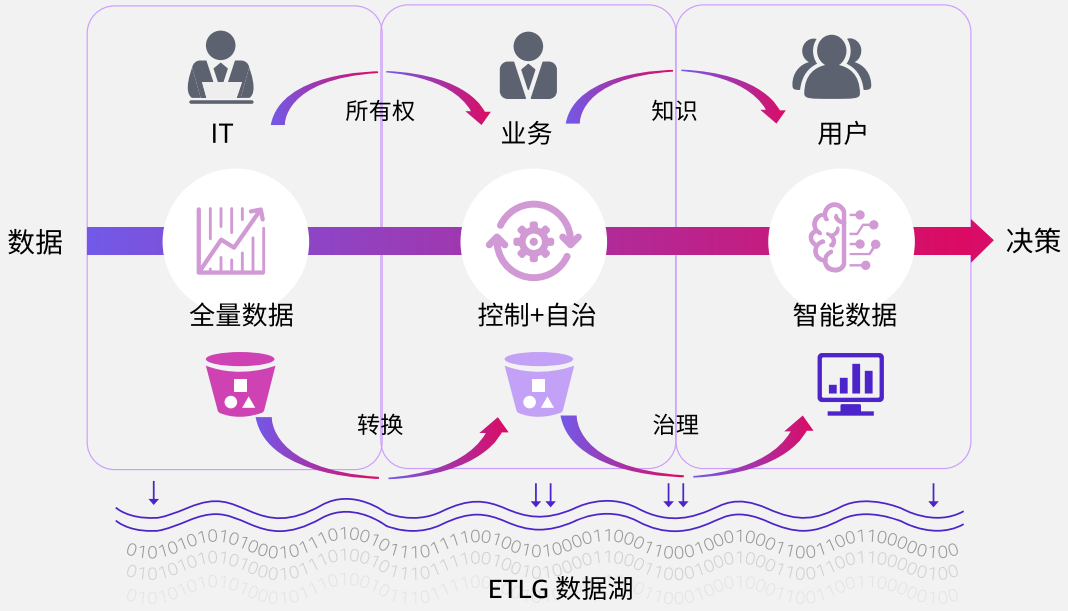


图 25 数据跨境合规与治理解决方案示意

解决方案应用场景

亚马逊云科技提供的基于智能湖仓的数据治理方案，针对电商客户沉淀在数据湖或者数据仓库上的数据进行有效的数据分类分级管理，基于分类分级后的数据支持企业客户对于不同类型数据制定管理策略，以及集中有效的对于数据下游的消费侧进行数据访问控制。为企业数据安全合规建立了牢固的技术底座与管理基线。

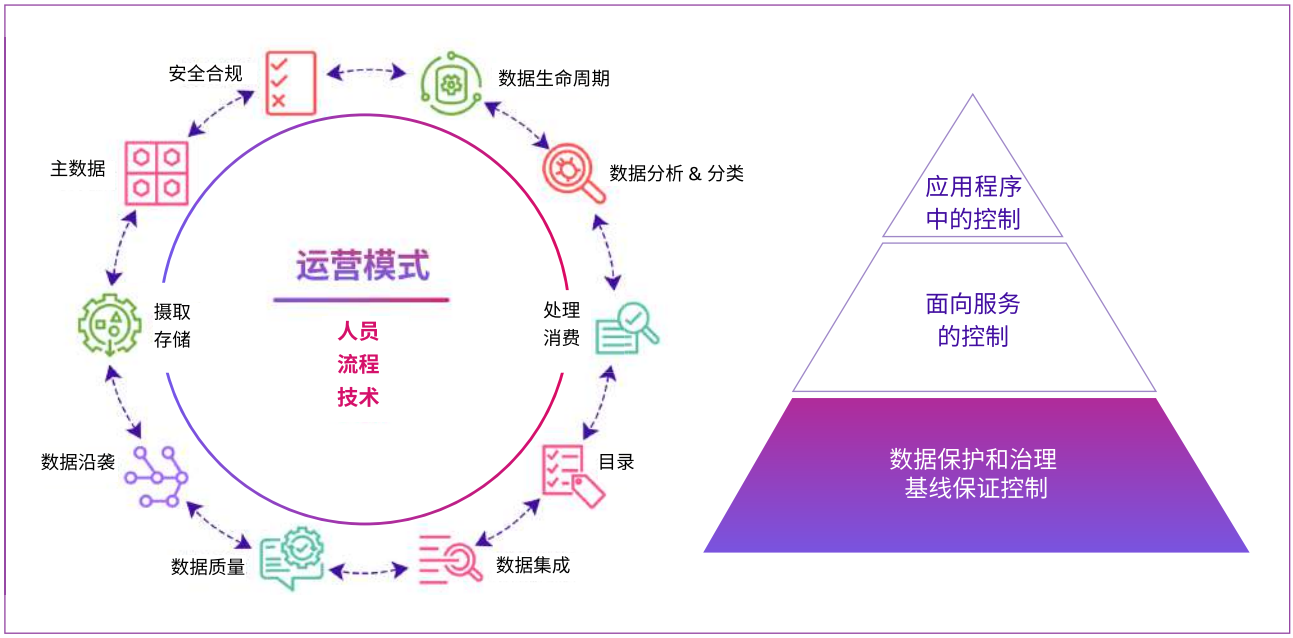


图 26 数据跨境合规与治理方案逻辑

价值和优势

基于亚马逊云科技的智能湖仓方案以及云原生服务以及开源组件，快速建立一套企业数据治理平台，针对企业客户数据合规管理者对于数据分类分级以及数据治理管控的需求提供可以快速落地的方案支持，帮助企业迅速建立数据治理管控基线。

亚马逊云科技电商解决方案和服务独特优势

- **全链条赋能电商运营各环节：**从建独立站、运营洞察、营销推广、搜索推荐、沉浸式体验&AIGC应用、跨境支付、供应链协同、物流仓储、客户服务到安全合规，完整覆盖了电商企业运营的各个环节，进行全链条赋能；
- **瞄准3 大核心业务增长目标有的放矢：**全球一张网运营，提升业务敏捷性；聚焦用户，提供极致体验；壮大生态，塑造全球品牌形象，实现共赢；

图 27 亚马逊云科技瞄准 3 大核心业务增长目标

- **广泛而深入的云服务：**超过 200 项全功能的服务，涵盖企业客户应用的方方面面，连续 12 年位列 Gartner 行业魔力象限报告领导者象限；
- **成熟和丰富的客户实践：**数百万活跃客户分布全球，覆盖各种规模、各个行业、各种类型的企业和机构，我们积累了丰富的客户服务经验；
- **覆盖全球的基础设施：**31 个地理区域、99 个可用区，115 个 Direct Connect 站点，400 多个边缘节点，服务全球 245 个国家和地区；
- **引领行业的安全合规：**秉承责任共担模型，技术和服务通过了权威的国际和本地技术测评与认证，并对各地合规政策有深刻理解和最佳实践；
- **值得信赖的合作伙伴：**超 12 万家合作伙伴网络成员，为客户提供技术工具和定制化的解决方案，满足来自各行各业、各种规模的客户在各个应用场景的需求；
- **亚马逊全球业务体系的强大支撑：**包括亚马逊电商、智能物流、智能语音助手、设备、视频、广告和支付等多方面能力为跨境电商提供支持全球业务扩展的更多资源和附加值。

图 28 亚马逊云科技电商解决方案和服务

四、亚马逊云科技携手合作伙伴及亚马逊全球业务体系助力电商数字化旅程

除了亚马逊云科技自有解决方案和服务外，还有强大的亚马逊云科技合作伙伴网络和亚马逊全球业务体系的强大加持，助力电商企业加速转型升级。

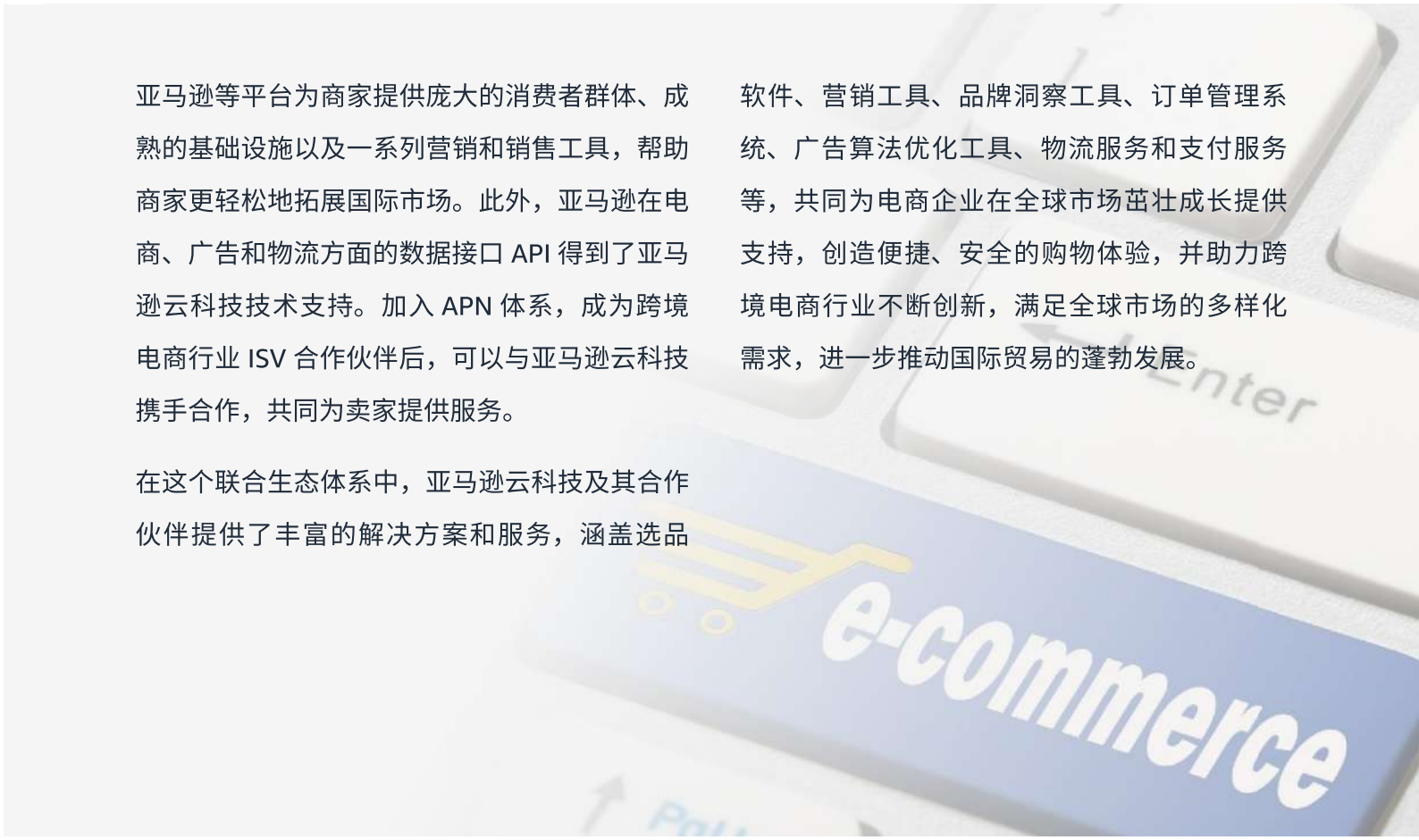
1. 亚马逊云科技电商价值链合作伙伴全景图

亚马逊云科技合作伙伴网络（APN）是利用计划、专业知识和资源构建、推广和销售产品和服务的全球合作伙伴社群，目前该网络拥有来自 150 多个国家/ 地区的 100000 位合作伙伴。亚马逊云科技通过携手合作伙伴帮助客户充分利用亚马逊云科技提供的所有功能，加速客户的云计算之旅；亚马逊云科技还可以和合作伙伴一起开发创新解决方案、解决技术挑战、赢得交易，为客户提供价值。

亚马逊云科技面向重点行业都有专业的行业解决方案合作伙伴，跨境电商作为重要赛道之一，有其独特的生态体系和网络。跨境电商服务商为电子商务企业提供各种服务，包括电商平台的建设、运营、营销、物流、支付等，并根据其对电商平台以及跨境电商链条的理解，打造有竞争力的产品和服务，以帮助卖家提高销售额和市场占有率，降低运营成本和风险，提升效率和用户体验。此外，电商服务商还提供数据分析、市场研究、客户服务等一系列服务，帮助企业了解市场需求，优化产品和服务，提高客户满意度和忠诚度。

亚马逊等平台为商家提供庞大的消费者群体、成熟的基础设施以及一系列营销和销售工具，帮助商家更轻松地拓展国际市场。此外，亚马逊在电商、广告和物流方面的数据接口 API 得到了亚马逊云科技技术支持。加入 APN 体系，成为跨境电商行业 ISV 合作伙伴后，可以与亚马逊云科技携手合作，共同为卖家提供服务。

在这个联合生态体系中，亚马逊云科技及其合作伙伴提供了丰富的解决方案和服务，涵盖选品软件、营销工具、品牌洞察工具、订单管理系统、广告算法优化工具、物流服务和支付服务等，共同为电商企业在全球市场茁壮成长提供支持，创造便捷、安全的购物体验，并助力跨境电商行业不断创新，满足全球市场的多样化需求，进一步推动国际贸易的蓬勃发展。



建独立站

SHOPLINE | Adobe | commercetools | strikingly

运营洞察

DKM eco 优阅达 大数据生态 | 飞莱 FEILAI | CaptainBI | 九鑫智能 VENUS INTELLIGENCE | YUGUO 雨果跨境 品牌出海产业互联网平台 | ShopFlex

鹰熊汇 KJS | HOFAN | 集简云 | SHULEX

营销推广

神策数据 SENSORS Data | 格创东智 GETECH | Adobe | 滴普科技 DEEPEXI | VONAGE | sprinklr

GEELAM | Canva 可画 | SPARK | PACVUE | eclicktech 易点天下 | 在云上 OnCloud -AI

WISERS 慧科 Advantage Through Intelligence | SHAREit | AroundDeal | 傲途 SocialEpoch

搜索推荐

QuickCEP

沉浸式体验及 AIGC

CALDRON 大觥科技 | 达旦数生

Style3D | 皮卡智能 PicUP.Ai

支付

pingpong

LianLian Global 连连国际

供应链、物流仓储

柒隆珠供应链 | 纵腾集团 ZONGTENG GROUP | 卓志 TOP IDEAL | 金蝶 三十周年 | WallTech

SEALL | 彬匠科技 BINJIANG | 积加ERP 专业·高效 | HAI ROBOTICS 海柔创新 箱式仓储机器人专家 | 77HUB.COM 企企

客户服务

五岳科技 www.ai5yue.com | 智齿科技 www.sobot.com | 天润融通 | Bluelinksys

安全合规管控

欧税通 EVAT MASTER | Carbon Pass 碳企通 | 同盾科技 www.tongdun.cn | 数美 NEXTDATA | Deloitte.

亚马逊全球业务体系

亚马逊全球开店 amazon global selling | amazon Vendor Central | Buy with prime | amazon supply chain | amazon ads

■ 图 29 亚马逊云科技电商价值链合作伙伴

2. 亚马逊全球业务体系赋能电商客户事半功倍

亚马逊电商（Amazon.com）自身云原生能力外溢赋能电商客户

亚马逊电商（Amazon.com）从一个在线书店成功转型成一个服务全球零售合作伙伴的科技公司，将自身的云原生转型经验对外输出，为电商客户赋能：

- 26 年电商运营实践经验
- 数万名研发人员开发创新服务
- 数千计服务团队提供支撑保障
- 数十万台服务器， 2 亿次部署 / 年
- 提供现代化电商数据湖
- 满足未来发展的云原生架构

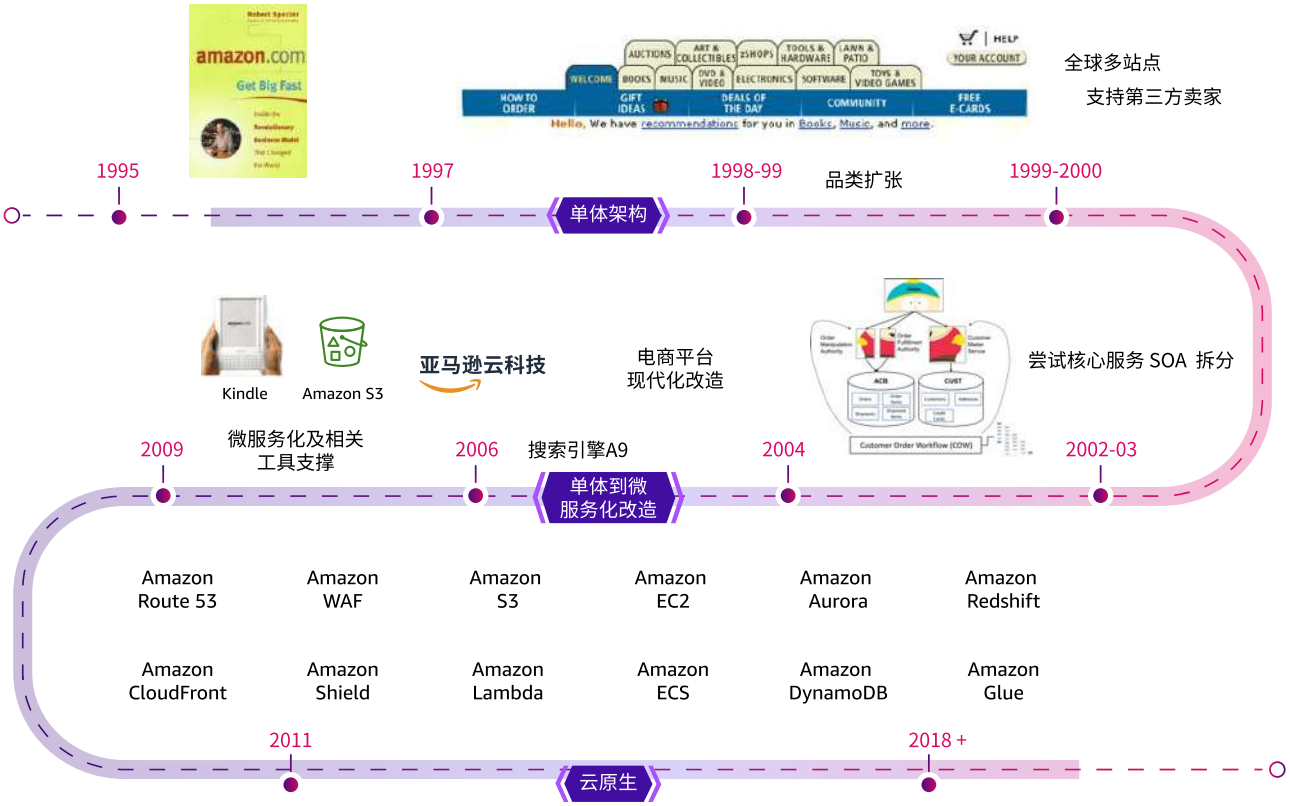


图 30　亚马逊电商（Amazon.com）自身云原生能力外溢赋能电商客户

亚马逊全球业务体系从零售开店运营、品牌营销和触达、零售物流服务、零售技术方案、消费产品等环节保障跨境电商业务事半功倍

■ 图 31 亚马逊全球业务体系助力电商企业深耕海外市场

倍增引流渠道

借助 Amazon Global Selling、Amazon Advertising 和亚马逊云科技合作伙伴，电商客户可以实现精准站外引流和拉动销售；

广扩客户触点

借助亚马逊云科技平台的丰富服务功能和全球网络，电商平台可以迅速触达全球客户；

全渠道精准用户营销

借助 Amazon Pinpoint 、亚马逊旺季节日（Prime Day、黑五网一等）等服务，电商站点可以开展智能用户营销活动，拉新、激活、留存、促销、传播，提升商品曝光、清理库存，快速提升销售；

打造品牌形象

Amazon Advertising、Amazon Brand Store 帮助电商客户提升顾客流量、转化率和品牌忠诚度，更大范围地在站内及站外助力品牌成长；

简化跨境支付

Amazon Pay 允许亚马逊用户使用已经存储在其亚马逊帐户中的支付方式支付在网上购买的商品和服务，不需要用户输入额外的信息或数据。Amazon Pay 拥有数亿活跃用户，可为跨境电商增加消费者的信任，简化支付流程，提供全渠道支付；

端到端跨境物流服务

亚马逊为跨境电商企业提供头程物流、仓储管理、尾端派送，卖家只需将商品发送至海外亚马逊运营中心 / 亚马逊仓库，然后由亚马逊协助卖家完成配送及售后服务；

图 32 亚马逊跨境物流示意

与亚马逊产品集成

出海客户可以将自身的商品与亚马逊众多消费类产品进行集成，为客户提供更多样化、更满足客户需求的产品和服务组合。

五、亚马逊云科技电商解决方案和服务成功应用于全球客户

Shopline：产品部署周期从 6 个月缩减至 1 个月，并实现多维度成本削减

客户简介

SHOPLINE 创立于 2013 年，同年进入中国香港市场。2020 年，SHOPLINE 获得互联网企业欢聚集团的战略投资，由此开启了全面国际化的业务历程，发展至今，SHOPLINE 规模已超过千人，团队遍及深圳、广州 、香港、台北、吉隆坡、胡志明市、新加坡、曼谷等十大城市。SHOPLINE 专注于为中国商家构建海外独立站，致力于打造覆盖全球的跨境电商生态圈，从建站、流量到支付、物流等方面提供一站式服务，助力全球品牌卖家建立属于自己的销售阵地，将商品销往世界各地。如今，SHOPLINE 已服务全球超过 27 万卖家，辐射全球超过 4 亿消费者。

客户之声

得益于亚马逊云科技覆盖全球的基础设施和广泛的云服务体系，SHOPLINE 的业务得以在海外快速拓展，产品部署周期从之前的六个月缩短至如今的一个月。

——SHOPLINE 跨境总经理 乔冠元

挑战与诉求

发展之初，SHOPLINE 的业务基于不同的地理区域部署，由于部署平台不统一，服务之间互访时，业务频繁遇到网络抖动、丢包问题，十分影响运维效率，但选择在海外自建 IDC 机房，则会面临考察、管理、运维等多方成本挑战。此外，为了帮助中国商家落地营销场景，并提前做好风控预判，SHOPLINE 不仅对云服务商的算力性能有严格的要求，对云产品的多样性也有广泛的需求。

为此，SHOPLINE 亟需寻求一家市场占有量庞大、全球基础设施布局广泛的云服务商合作，以减轻设备部署和运维管理的成本压力，并以此解决两个版本的技术架构统一问题，为未来业务发展构建高稳定、高可用的系统环境。

选择亚马逊云科技

- **微服务与 Amazon VPC 隔离双保险，确保基础设施稳定可用**

SHOPLINE 基于 Amazon Lambda 逐步构建了轻量级计算任务，为商家提供商品合规检查 / 通知、图片处理、前端渲染等服务，结合自研诸葛智能广告系统，落地人工智能的营销场景，帮助商家在 Meta (原 Facebook)、Google 等各大媒体渠道快速分账号、按批量创建广告，实现产品的大量曝光，多渠道智能营销。

同时，SHOPLINE 在亚马逊云科技上构建了风控平台，以高性能 Amazon EC2 和高 IO 的 Amazon EBS 服务承载对应业务。此外，SHOPLINE 将 Amazon S3 作为静态资源存储源站，并在前端架设 Amazon CloudFront CDN 服务，来提升风控预测平台的性能和稳定性，避免中国商家在不了解各地规则的情况下触犯平台规范，保障中国好货最后一公里的顺利交付。

- **全球布局 + 高效服务，实现业务降本增效**

由于中国跨境电商卖家目标消费者主要分布在欧美及东南亚等地，SHOPLINE 与亚马逊云科技合作进行了海外多个区域的布局，为当地用户提供更快速稳定的服务。同时，SHOPLINE 采用 Amazon CloudFront 服务，结合亚马逊云科技的 VPN 专线，实现数据的全球写入，就近读取，有效降低商家访问延迟，让中国商家能够更好更快地访问海外。目前，SHOPLINE 店铺前台的打开速度达到了全球前列。

此外，基于 Amazon CloudWatch 云监控服务，SHOPLINE 的运维人员能够大量减轻工作压力，管理成本实现大幅削减。配合 Amazon Route 53 管理全球流量，支持各种低延迟的高容错架构，SHOPLINE 能够保障自身数据库底层稳健运行，为中国商家打造稳定的店铺系统，助力商家为海外消费者交付更好的用户体验。

- **创新技术，为智能营销与合规风控护航**

SHOPLINE 基于 Amazon Lambda 逐步构建了轻量级计算任务，为商家提供商品合规检查 / 通知、图片处理、前端渲染等服务，结合自研诸葛智能广告系统，落地人工智能的营销场景，帮助商家在 Meta (原 Facebook)、Google 等各大媒体渠道快速分账号、按批量创建广告，实现产品的大量曝光，多渠道智能营销。

价值 & 收益

目前，SHOPLINE 的大部分业务均已部署在亚马逊云科技之上，包括商家建站工具、C 端的线上商城等广泛场景。亚马逊云科技高 SLA 保障的服务能力，让 SHOPLINE 能够为商家提供稳定高可用、高保障的系统服务。在面对黑色星期五、圣诞节等全球大促场景，SHOPLINE 对于业务的突破发展信心满满。亚马逊云科技为 SHOPLINE 交付了丰富的计算资源、网络资源、存储资源，赋能 SHOPLINE 在海外快速选址、进行拓展，产品部署周期从 6 个月缩减至 1 个月。在 亚马逊云科技的帮助下，SHOPLINE 还实现了多维度成本削减：

- **在硬件层面，**基于亚马逊云科技 按需开通的计算实例和云服务，SHOPLINE 有效避免了部署闲置资源；
- **在运维层面，**亚马逊云科技每个组件均提供统一的交付标准，帮助 SHOPLINE 规避了自建过程中遇到的版本不一致、架构不一致、监控告警遗漏等问题，使 SHOPLINE 可专注于上层业务的建设与发展；
- **在人力层面，**亚马逊云科技为 SHOPLINE 业务提供了高性能、高可用的保障，配备专业技术团队提供服务支持，使 SHOPLINE 每个专业领域仅需要投入少量人手负责需求对接及日常问题跟进，帮助 SHOPLINE 的运维团队能集中精力投身于业务需求，让中国电商企业获得更加高效率、低延迟的使用体验。

结合亚马逊云科技的技术优势，SHOPLINE 自研诸葛智能广告投放系统通过组合算法，精准推荐潜力爆款，根据商品智能生成并响应不同风格落地页，自动置顶高转化热卖商品，同时进行广告调优、自动开关、加减广告预算等功能。此前，SHOPLINE 业内首创并推出大幅降低 Meta（原 Facebook） Pixel 漏报的解决方案，帮助商家不断提升 ROAS 和站内转化率，成效显著。

Shoplazza：亚马逊云科技助力从 0 到 1 轻松出海

客户简介

店匠科技（Shoplazza）是一家专注为全球电商提供产品和技术解决方案的公司，致力于通过卓越的技术引领客户全球商业成功。店匠科技通过核心产品全球独立站（Shopping Cart） SaaS 为商户提供海量品牌电商主题、便捷商品订单管理操作、高转化营销插件等功能的企业级解决方案。目前，店匠科技已为全球 36 万 + 家商户提供建站的企业级解决方案，助力全球商户开启线上零售生意。

客户之声

亚马逊云科技完整的云服务功能支撑着我们整个 SaaS 独立站的稳定运营，其广泛的海外覆盖范围也符合我们国际化发展需求，更好地成就商家跨境电商业务。

——深圳店匠科技有限公司 CTO 夏冰

挑战与诉求

独立站 B2C 平台不仅是售货渠道，它能带来的价值还有很多：数据自主权、客户沉淀、品牌打造等，其重要性毋庸置疑，但商家却常因为缺乏技术支撑和运营能力而难以落地，店匠科技正是针对商家独立站建站、运营等难题，构建的一系列解决方案，即便客户完全没有开发经验，依照店匠科技成熟的模板，也可在短短 5 分钟的时间内创建站点，实现全球开卖。

“站在客户角度考虑，保障用户在全球所有区域的极速网络访问，以及建站的稳定、安全和可靠，帮助他们有效地提升用户体验，这是一个技术上的挑战，”店匠科技 CTO 夏冰介绍说。为了保证客户 SaaS 独立站能够高效、安全地运营，店匠科技正在寻找能够确保全球覆盖率、稳定服务和高可用性的云服务提供商，选择的重要考量因素包括：

- **服务的稳定性。**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），所以稳定可靠的底层服务器、数据库和托管服务极为重要。
- **合规性和安全性。**商家十分重视用户的隐私，平台的支付系统对个人数据和交易数据安全有较高要求，所以云安全防护能力必须跟上业务发展速度。
- **成本控制。**在创业初期，店匠科技没有充裕的资金和人力，所以迫切需要用较少的成本和精力去做更多的事情，加速业务上线与创新。

选择亚马逊云科技

夏冰表示，“亚马逊云科技全球化的资源、服务完整性、安全防护机制、可靠的 SLA 保障，以及优于竞品的服务稳定性，还有 云创计划的扶持和合作伙伴所提供的无感迁移体验，这些都是我们所看重的因素。加之在公司战略上，店匠科技有扩展海外市场计划，因此从公司长远发展考虑，决定将系统从原来的云平台上迁移到亚马逊云科技。”

如今，店匠科技的所有 SaaS 独立站点已经完全迁移到亚马逊云上，与早期系统相比，在系统性能、响应速度、稳定性、数据安全性、运维方便性、成本控制等方面都有了大幅提升，可为客户提供 99.9% 的可用性。

价值 & 收益

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，是亚马逊云科技能够支撑店匠科技 SaaS 独立站稳定运营的关键核心优势。宠物机器人 ebo、电动滑板车品牌 Exway、知名箱包品牌 90 分和时尚潜水运动科技产品品牌 Lefeet 等跨境电商，都在通过独立自建站赋能，从而轻松地打通海外市场。

电动滑板企业 Exway 在得到店匠科技 8 个月的专业服务后，不仅从 0 到 1 搭建起了自己的品牌形象和线上销售渠道，销售额也从个位数提升到了 1500 万美金，而其背后灵活稳定的 亚马逊“云底座”功不可没。

店匠科技在使用亚马逊云一年多的时间内，依托高度弹性的架构，无论从底层资源使用还是运维管理方面，店匠科技不仅有效降低了成本，还有效解决了业务发展中多次遇到流量暴涨的挑战。此外，亚马逊云科技云创计划不仅满足了店匠科技对资金、技术、服务支持和知识分享的需求，使店匠科技能更轻松地利用云扩展业务，同时还在渠道开拓、销售机会、生态建设等多个层面为店匠科技带来巨大收益。

安克创新：和亚马逊云科技成立联合创新实验室进行长期创新合作；智能广告投放让效率提升 33%

客户简介

安克创新科技股份有限公司（以下简称安克创新）安克创新成立至今已经有 11 年，过去多年复合增长率约为 35%，2021 年的营收达 125 亿元，其中，年销售额超过 30 亿的智能硬件品牌就有 3 个，全球用户达到了 1 亿人，产品覆盖全球 146 个国家和地区。

客户之声

通过采用 Amazon SageMaker，分析历史数据，识别具体业务总结规律，整合之前内部广告投放总结的经验的规则并植入到平台，能使我们的广告投放效率提升约 33%，在营销侧达到了显著的提升。

——安克创新 CIO 左鑫

业务诉求

跨境电商行业的产品创新已经发展到相对成熟和激烈竞争的阶段，随着业务扩大、品类增加、渠道增多等，安克创新积累了很多数据，如何更好地把这些系统产生的数据利用起来，通过数据驱动创新应用和业务价值非常重要。安克创新认为要将外部的亚马逊促销信息、市场信息、洞察等和内部数据结合起来，背后需要一个成熟稳定、成本可控的大数据平台。

此外，积极开拓海外市场的战略让安克创新的业务实现了飞速发展，高速增长和庞大的业务盘子让安克创新对业务的智能化创新有着大量需求。安克希望改变过去仅仅依靠人工与规则的传统、低效模式，转而能用“小步快跑”式的创新应用来提升业务的智能化水平。

选择亚马逊云科技

中国企业出海首先想到亚马逊云科技。在实施数智化战略过程中，安克创新首选亚马逊云科技，通过亚马逊云科技提供的计算、存储、智能湖仓、数据分析以及人工智能与机器学习等技术，实现内部系统与业务上云，逐步构建起安克创新的数智化驾驶舱，实现业务创新和高效运营，加速产品升级与迭代。

亚马逊云科技携手安克创新正式成立“联合创新实验室”，依托亚马逊云科技在机器学习、人工智能、大数据等前沿领域的先进技术能力，通过一系列合作机制，共同进行创新项目的调研、设计、研发、交流和实施支持等，推动安克创新持续实现业务智能化创新。在该实验室运行小组里，亚马逊云科技大中华区 CTO 刘亚霄博士和安克创新 CIO 左鑫博士分别担任双方组长，通过定期沟通，探讨出可行的、有价值的计划，并推动执行。

联合实验室主要有三大合作方向：

- 提升技术能力，实现降本增效，比如利用 AI 提升安克创新的广告投放效率；
- 引入创新文化，提升管理能力，“双方的交流不仅仅限于技术上的交流，还有基于创新文化以及创新机制的交流”；
- 打造创新工具，对外赋能，拓展行业影响，即通过云上工具和行业方案在安克创新内部以及整个业态内提升双方的影响力。

图 33 安克创新 & 亚马逊云科技联合创新实验室签约仪式

亚马逊电商是安克创新布局全球化市场的主要销售渠道之一，通过在亚马逊电商网站进行广告投放，实现销售引流和品牌塑造。为更好地优化广告投放的成本和效率，改变过去仅仅依靠人工与规则的传统模式，安克创新希望利用联合创新实验室提升智能化广告投放水平。

价值 & 收益

- 通过联合创新实验室在智能广告投放方面的创新，实现了自动广告调价竞价机制，将广告投放从人工 / 规则模式转变为智能模式，优化广告展示效果，效率提升 33%；
- 通过 品规划决策、产品质量优化、销售运营优化和营销投放策略优化等；
- 亚马逊云科技通过其全球基础设施和服务帮助安克创新业务进行全球性布局，出海走向世界。

敦煌网：采用亚马逊云科技仅用 3 个月时间完成大数据迁移，数据集群运行硬件和维护成本降低 30%，开发效率提升 40%

客户简介

敦煌网成立于 2004 年，是领先的 B2B 跨境电子商务交易平台，敦煌网在品牌优势、技术优势、运营优势、用户优势四大维度上，已建立起竞争优势。截至 2022 年 12 月 31 日，敦煌网为来自 225 个国家和地区的 5960 万名注册买家提供服务，将他们与中国和其他国家的 254 万多家卖家联系起来，平台每年有超过 3400 万个在线商品，拥有 100 多条物流线路和 10 多个海外仓，71 个币种支付能力，在北美、拉美、欧洲等地设有全球业务办事机构。

客户之声

通过使用亚马逊云科技的原生组件构建的湖仓一体、存算分离、开箱即用的大数据平台，使大数据的 IT 维护成本降低 30%，开发效率提升 40%， 解决了算力瓶颈，有了更准、更全、更快、更稳定的智能化的数据平台，让我们可以把更多精力和资源投入到提升数据化运营能力和增长洞察上。

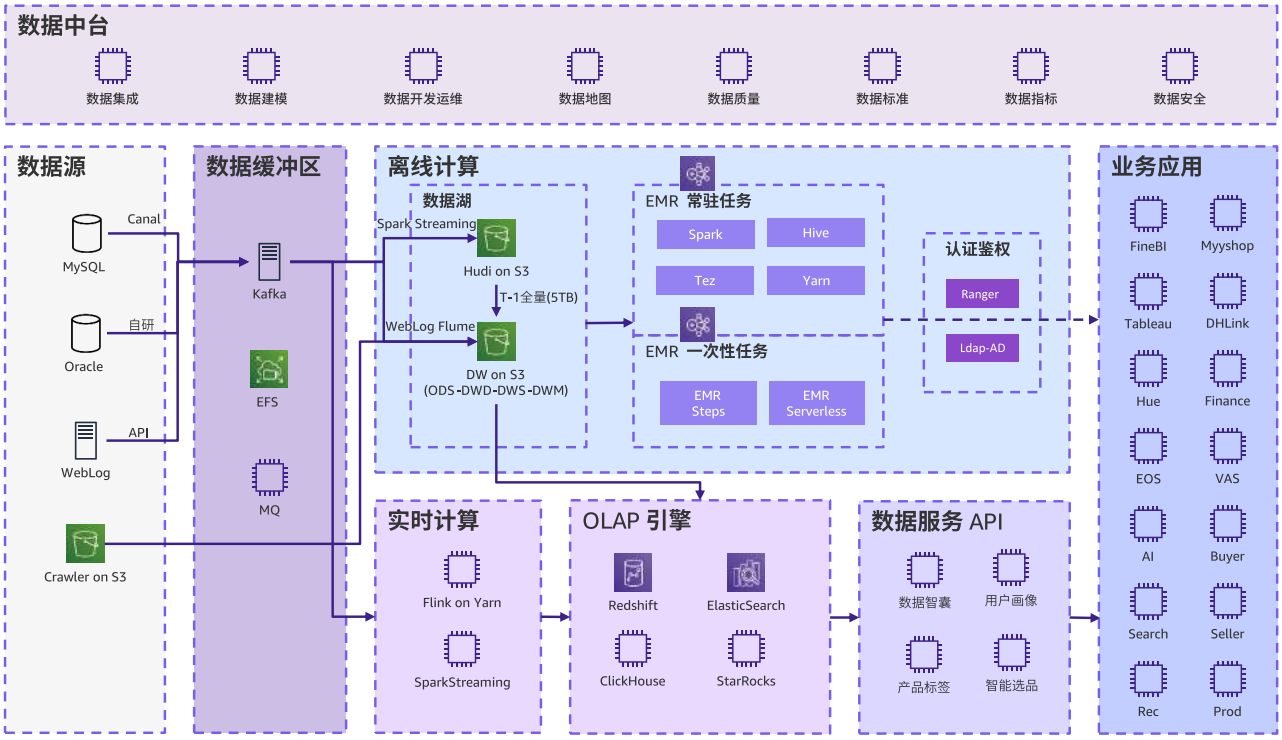
——敦煌网技术副总裁 刘文涛

挑战与诉求

- 随着跨境电商的日趋成熟，经营范围持续扩大、品类和渠道的增加，以及 AIGC 等行业新技术在运营提效场景下的广泛应用，对沉淀近 20 年的大数据进行深度挖掘、洞察和使用，给敦煌网带来成本、算力、效率、安全的挑战。
- 之前传统 IDC 大数据集群，维护成本高、无法实现弹性伸缩、计算存储耦合、算力瓶颈扩容周期长等问题越发严重，无法响应业务快速发展。
- 迫切需要打造集数据集成、数据开发、数据资产管理、数据服务等一站式大数据平台，实现“快、准、全、稳”的数仓体系，达到数据驱动决策，算法助推业务的目标。

选择亚马逊云科技

为了实现大数据战略，打造智能大数据平台。通过前期调研阶段，我们花了大量时间和精力对离线集群、数据仓库引擎、对象存储等进行多个维度、多家厂商及开源方案深入评估测试并得到了超过预期的结果。从架构兼容性、技术先进性、算力、维护成本、开放性、扩展性、整体成本等角度衡量，最终选择亚马逊云科技作为大数据云底座。



■ 图 34 敦煌网大数据架构图

从项目前期需求讨论到技术方案调研，再到详细迁移计划制定，敦煌网大数据团队、亚马逊云科技及合作伙伴联合投入大量人力、时间和精力，克服重重困难，为上云迁移能够顺利实施做了充分准备：

- **数据入湖：**将源表 8 万张合并到 Hudi 900 张表，实现全量 5TB 数据和每天数十亿条增量数据实时入湖，是业界无经验可循的复杂业务场景，敦煌网与亚马逊云科技解决方案架构师、数据分析技术专家和合作伙伴经历无数个日夜攻关突破，实现了方案落地。

- **数据中台实施：**为更好适配敦煌的数据中台产品，我们与合作伙伴合作，经历无数次方案讨论，解决了上百个问题和需求，最终按时交付上线。

- **数据和作业迁移：**仅用了 3 个月时间，就完成了 PB 级数据，3000 余张数据表、1000 多个计划任务以及 400 多个业务报表准确无误的上云迁移。

图 35 敦煌网大数据迁移实施历程

价值 & 收益

- 大数据集群的运行硬件和维护成本降低了 30%；
- 解决了 IDC 集群无法通过扩展节点来增加算力、存储和网络流量的瓶颈问题；
- 实现了 EMR 和 Redshift 集群的定时、分钟级多种动态弹性扩缩容方式，以满足业务潮汐效应的资源需求，数据查询效率提升到 100%；
- 数据架构完成了云原生的改造和升级，实现了数据实时入湖、存算分离架构，支撑未来更多实时和离线业务场景需求，例如 AIGC、智能湖仓、实时用户画像搜索推荐等；
- 大数据中台的上线使数据开发、测试、发布、运维流程规范化，提高了开发效率 40%，数据资产管理的数据地图、数据血缘等功能提高了数据探查效率，有效降低了数据使用沟通成本。

华宝新能源：借助亚马逊云科技加速业务全球化发展，提升设备效率、性能和智能化水平

华宝新能
让绿色能源无处不在

客户简介

华宝新能是行业领先的便携储能品牌企业，秉承“让绿色能源无处不在”的使命，以及“成为 全球用户最信赖的绿色能源品牌”的愿景，致力于锂电池储能类产品及其光伏产品的研发、 生产、品牌、销售及服务。华宝新能先后开创了便携储能和移动式家庭储能新品类，并打造了“Jackery 电小二”、 “Geneverse”两大全球品牌，采用线上、线下相结合的模式，实现在中国、美国、日本、德 国、英国、加拿大等全球多个国家销售，已成为便携储能及光伏产品垂直领域的领先品牌。

客户之声

在选择全球化的云服务提供商时，我们考虑了许多因素，亚马逊云科技在基础设施分布、技术成熟度以及服务和生态方面具备很好的优势。我们在 2021 年开始规划，经过与亚马逊云科技开展多次交流、培训、评估并拟定解决方案，2022 年、2023 年两年间完成了产品智能化系统以及官方品牌独立站两个场景在亚马逊云科技上的搭建，同时持续和亚马逊云科技沟通云上架构的最佳实践，从而可以更好地服务全球顾客。

—— 深圳市华宝新能源股份有限公司 IT 信息中心总监 柳练

业务诉求

完成海外品牌独立站的建设，华宝新能首先要提升自身在全球 IT 领域的布局能力，这对于以新能源创新和便携储能产品制造与服务的华宝新能来说充满了挑战。“独立站是企业的门户，不仅承担宣传品牌和产品的作用，也是我们销售产品的重要渠道和加强客户体验的桥梁。在运营自己的海外品牌独立站之前，我们需要稳定的 IT 基础设施来服务北美、欧洲和日本等市场，并且我们还需要应对来自信息安全和威胁方面的挑战。相比于继续选择自建服务器这种繁琐且复杂的方式，在创建全球独立站时选择一个云平台来快速构建，成为我们的首选。

选择亚马逊云科技

华宝新能是一家全球服务的公司，对全球用户的网络访问体验非常重视。为了优化用户的访问体验，华宝新能技术团队选择了 Route 53 来实现基于用户地理位置的路由，将用户的访问请求引导到距离

最近的国家或地区，同时使用 Amazon CloudFront 提供在全球各个地域的低时延访问服务。

在技术架构方面，华宝新能技术团队非常注重可靠性、安全性和性能效率。通过采用了 Amazon Application Load Balancer 来分发流量到底层 Amazon EKS Service 下的各个 Pod 上，避免了单点故障，同时使用 EKS Cluster Autoscaler 实现了水平扩展，以避免资源的浪费和不足，并保证了服务在任何流量条件下都具有一致的性能。

除了基础架构的优化，华宝新能还赋予了其便携储能产品 IoT 智能服务，而全球化业务必然涉及跨国跨地域的数据同步场景。为了解决这个问题，华宝新能研发团队采用了 Aurora Global Database 提供的全球数据同步功能，在多个区域实现了非敏感信息的全球化同步。这样，用户在全球任何地方都可以轻松查看并控制自己的设备。

价值 & 收益

在使用亚马逊云科技的服务后，华宝新能使用了亚马逊云科技的 IoT 产品，帮助研发团队更好地管理、开发和部署 IoT 应用，通过使用云托管产品提高了研发效率和系统性能。亚马逊云科技的高度可扩展和安全的云端架构也给 IoT 提供了高可用和数据隐私保障。

- **提高设备效率和性能：**通过搭建在亚马逊云科技的 IoT 平台，可以实时收集、存储和分析设备数据，实现设备之间的通信和协作，从而提高设备的效率和性能；
- **提高产品质量和可靠性：**可以对设备进行远程监控和管理，及时发现和解决设备故障，提高产品的质量和可靠性；
- **降低运营成本和风险：**通过亚马逊云科技的云端产品，可以实现设备的自动化管理和维护，降低运营成本和风险；
- **提高产品的智能化：**通过 IoT 平台，远程控制设备，远程查看设备数据，以及智能预警等功能提高产品的智能化水平；
- **提高品牌认可度：**通过 IoT 平台增加客户对于产品智能化认知，通过 IoT 平台以及手机 APP 增加品牌宣传渠道；
- **数据分析：**互联 IoT 平台能够通过数据分析功能，帮助华宝新能建立起大数据体系提升运营价值，使用亚马逊云科技产品可以带来多方面的产品价值和收益提升，为公司带来更加智能化、高效化、创新化的发展机遇。

浩方集团：依托亚马逊云科技进行全链路数字化运营变革， 助力中国制造品牌走向全球化

客户简介

浩方集团成立于 2006 年，是中国产业创投、品牌出海孵化与加速的领军企业，帮助出海企业品牌化出海并取得长期增长，目前已服务了超过 100 个中国制造品牌出海。

客户之声

亚马逊云科技不仅是一个单纯的技术提供商，更是一个温暖又坚定的同行伙伴，“创新简化”数字化思维的赋能，在长期陪伴中构建出了新的浩方“气质”。逆向工作法方法论、原型迭代、大数据机器学习等对我们进行数字化变革的启发非常大，同时亚马逊云科技还为我们提供了开放的专家资源。浩方的数字化系统已可以为出海企业提供资源汇聚和赋能，数字化体系也更加的开放。

——浩方集团 CTO / 技术副总裁 王宇

业务挑战

对于当前的中国制造商而言，面临的最核心挑战就是从 B 端到直接面向 C 端消费者的经营模式转变。在品牌出海的模式下，工厂需要自己判断产品策略、品牌策略、售后策略和定价定位。另一方面，直接面向 C 端市场带来的另一个挑战是变量更多了、交付路径变长了、决策更多了、更复杂了，需要面向市场的波动和变化。这就要求制造业企业在供应链管理和运营策略上做到“更柔性”、“更敏捷”、“更同频”。

为了解决这些挑战，浩方集团想要打造一套数字化系统帮助企业实现从消费者洞察、市场数据的跟踪和分析、供应链的预测和优化计算，数字化运营操作系统，让市场销售端和供应链端能够同频决策。通过让信息更实时地反馈、决策的数字化、执行的自动化，系统不断沉淀数据、经验和知识，通过智能化建设，最终帮助企业把产品卖的好一点、贵一点。

选择亚马逊云科技

- 亚马逊云科技助力浩方把系统部署在云上，同时，充分调动大数据和机器学习的应用，支撑市场洞察、目标的制定和完善，实现智能化。帮助浩方通过决策制定、效果追溯和消费者洞察与分析等，形成一个动态的、可随时响应调整的自动化决策过程，让系统越来越聪明。

- 另一方面，亚马逊云科技还将在系统打造上的最佳实践进行充分分享，帮助浩方集团以更省钱的方式用好云，打造出高可用的系统，支撑业务发展。比如在合规和安全方面，亚马逊云科技对浩方的整个业务系统安全性进行检测，并形成安全路径指南，支持浩方帮助出海企业确保所有层级的安全，让出海企业能够在稳定、安全的数字化环境中完成升级发展，赢得新增长。

- 亚马逊云科技还充分提供了开放的专家资源。比如通过与 CTO Office 以及 ISV 跨境电商团队的深度合作与实践验证，浩方集团的数字化系统已可以从 APN 端口为更多的出海企业提供资源汇聚和赋能，数字化体系更加开放。

价值 & 收益

浩方集团与亚马逊云科技携手合作，共同助力出海企业在稳定、安全的环境中完成数字化的全链路管理与运营，以智能化的方式帮助“品牌出海”告别野蛮生长，实现出海赛道的转型新升级。

图 36 亚马逊云科技助力浩方集团转型升级

欧税通：3 年从 0 到 6 万 +，携手亚马逊云科技助力跨境商家货通欧洲

客户简介

深圳欧税通技术有限公司 (以下简称“欧税通”) 成立于 2019 年，由 200+ 海外税务专家、IT 工程师、专属税务顾问组成，是中国首家跨境电商合规产品 SaaS 解决方案提供商，也是中国被英国、德国税局官网认证的 API 报税软件之一，主要帮助亚马逊卖家们解决报税问题，为运营减负。欧税通以研发更高效、更低价、更智慧的税务系统为使命， 以技术创新为工具，提供点（卖家）到端（欧洲多国）VAT（Value-added Tax）的自主服务，是广大欧洲跨境卖家青睐的服务平台。

客户之声

技术是欧税通发展最大的驱动力，欧税通正在快速成长， 3 年来从几个人发展到近 300 人，已服务 6 万多家跨境企业，税号下发超过 18 万个，这离不开亚马逊云科技的创新技术和云创计划的陪伴。

——欧税通运维经理 肖帮

亚马逊云科技云创计划对初创企业端到端的全程支持，为我们快速成长提供了坚实的技术支撑。

——欧税通技术总监 易军

挑战与诉求

近几年，许多中国跨境电商卖家试水潜力巨大的欧洲电商市场时，由于各国间税制及报税流程的差异，“报税难”一直是跨境电商的痛点，商家需要找税务代理来解决报税的问题，而人工服务无法标准化，也难以保证效率。欧税通的出现彻底颠覆了税代行业，其开发的 SaaS 平台，可以提供欧洲 VAT 自主申报，在传统税代的基础上，运用技术手段简化了税务申报流程，提升欧洲 VAT 申报的效率，既避免了人工代办时可能造成的效率不足问题，也解决了卖家的“报税难”问题。

然而，随着欧税通业务版图的不断扩张，跨国数据往来愈发频繁，原有的合作伙伴在海外技术支撑、国际区域间云端服务与跨大区机房的部署上，受到一定限制，因此欧税通亟需构建一个覆盖全球的云平台，以实现：

- **全力保障数据安全合规与稳定：**首先，安全的数据云储存与云备份以及用户隐私保护是跨境行业的生命线，作为平台方，欧税通必须确保卖家数据与资料零丢失。其次，欧税通合规服务要对接欧洲、中东、美国等各国的官方税务局，访问次数高且频繁，传输数据多且复杂，需要稳定的国

际服务帮助实现精准、快捷的税金计算。

- **“小”成本、“大”价值：**对于重塑了整个 VAT 合规领域价格的欧税通来说，成本控制一直是其钻研的课题，用更少的成本产出更高的价值是快速发展的关键。。

选择亚马逊云科技

“做跨境服务平台，亚马逊云科技绝对是首选！”欧税通运营经理肖帮指出，欧税通选择亚马逊云科技主要有四个原因：第一，覆盖全球多节点的强大实力：欧税通的业务需对接各国官方税务局，亚马逊云科技拥有全球多节点部署，能够以更低的成本快速地实现业务开拓；第二，安全性与稳定性：亚马逊云科技产品提供很高的 SLA，并具有全面的安全性与合规性控制，提供了稳定的技术基础；第三，快速部署、运维简化：云平台部署简单，全托管简化运维，省心、省力；第四，专业的技术支持和定制化产品：因为新产品和技术架构学习门槛较高，所以需要创新且服务优秀的云服务商给予专业的技术指导。

价值 & 收益

在使用亚马逊云科技的云服务后，欧税通在流量峰值、访问稳定、安全合规、成本优化和运维简化等方面都取得了令人满意的成效，不用再担心底层架构的稳定性，能够将资源和精力集中于产品创新和业务创新中。

- **成本优化：**在迁移到亚马逊云科技后，欧税通将服务器成本与之前做了对比，总成本按照预留实例，降低约 10%；而在业务上，欧税通依靠自动化系统，不再需要人工介入，也省去了大量人力成本；
- **无惧流量：**在双十一、618 期间，欧税通业务平台访问量较平时会增长 5,000%，单日 GMV 达 2,000 万 +，采用亚马逊云科技方案，前端通过 Amazon CloudFront 加速访问，后台通过服务水平扩容提升吞吐量，还可临时升级 Amazon RDS 硬件配置，以及异步、限流等措施，可有效规避架构改造之前系统崩溃的问题；
- **响应及时：**本地服务器直连，跨国 API 调用更稳定、响应更及时，比如，使用亚马逊云科技前，英国响应时间为 600-1,000ms，使用后减少到 40-90ms；
- **安全合规：**亚马逊云科技在技术安全性方面的多重审核机制，让跨境商家们在使用 VAT 服务过程中充满信心，更有安全感；此外，亚马逊云科技帮助欧税通规划的多区域云上容灾和异地备份机制，充分保障了数据安全和高可用，服务可用率达到 99.99% 。
- **运维简化：**现在，欧税通 100 人的开发团队中，仅 2 人负责软件运维，亚马逊云科技全托管服务模式大大简化了运维管理。

亚马逊云科技

▲ 扫码下载本书

▲ 扫码了解更多
亚马逊云科技如何赋能电商企业