

AI加速品牌 智慧出海报告

建站篇

三大核心洞察

品牌全球化时代，建设品牌独立站已成为出海企业全渠道经营的关键路径，更是塑造品牌形象的核心战场。与此同时，以 AI 为代表的新质生产力正推动行业创新与变革。借助先进的 AI 技术，企业可以更加精准地把握客户需求，制定更加行之有效的新品开发与运营策略，从而灵活应对海外市场的复杂性和多样性，为全球化拓展注入强大动力。



洞察一：跨境电商迈入品牌全球化发展新阶段

- 品牌化：可持续发展必选项，独立站成为塑造品牌核心阵地
- 多元化：全市场、全渠道及全品类，持续扩大市场获取增量
- 数智化：出海全链路数智化，快速应对不断变化的竞争环境



洞察二：“以新打旧、以快制胜”成为行业共识

- 海外用户需求升级，利用数字化手段精准捕捉客户新需求
- 围绕需求打磨产品，注重产品优化与创新实现价值增长
- 产品开发更新迭代，以最快速度开发新品呈现给客户



洞察三：以 AI 为代表的新质生产力成为基建升级有力支撑

- 人工智能技术加速广泛应用，持续提高生产力实现降本增效
- 生成式 AI 凭借内容生成能力和场景细分，推动行业创新与变革
- 2026年生成式AI企业渗透率将达80%，远高于2023年的5%



独立站建设三大痛点

品牌独立站建设过程中，新品开发、关键词引流、内容创作及商品定价是关键要素。差异化且切中客户需求的商品，低成本高质量快速制作的展示图片和视频，基于数据分析选择关键词的优质文案很大程度影响新品试销是否成功。品牌经营经年累月的过程中，商家常遇到决策缺乏依据，时间紧，成本高，不会应用新技术的挑战。

痛点一：新品开发、试用销售和推荐缺乏数据支撑

- 对于目标市场及用户行为缺乏洞察及数据支撑经验
- 对于典型玩家和竞品动态缺乏基于数据的持续分析
- 对于商品描述、选品推荐等环节缺少基于数据的客户需求洞察

痛点二：内容及图片人工创作费时费力且成本高


- 费时：图片及多语言内容创作依赖大量人工，成为新品上架瓶颈
- 费力：创作水准依赖个人能力，合格设计师短缺且不稳定，整体效率低
- 成本高：摄影师、设计师、模特、场地费、交通费等各项支出高昂

痛点三：缺乏敏捷及低成本技术解决方案

- 不了解不熟悉已有的敏捷、低成本基建效率提升方案
- 缺乏工业生产级的AI图片合内容创作工具和解决方案
- 品牌企业缺乏业务和技术融合创新的内部组织



智慧建站，轻松起步

 场景：产品开发与图片生成 | 选品

随着生成式AI技术迅猛发展，电商行业正迎来数字化营销、客户互动及经营分析等场景的创新变革。在科技创新驱动下，营销与广告素材生成、商品文案生成、智能换装、智能选品及经营分析等应用不断涌现。AI应用落地及广泛使用能极大推动业务提效和生产力的持续释放。亚马逊云科技洞悉行业需求，积极助力跨境电商企业迈入生成式AI新时代，共同探索更多创新可能，引领行业前行。

产品开发及图片生成解决方案

商品文案生成



适用场景

商品描述生成、商品营销文案生成

营销与广告素材生成



适用场景

营销广告创意素材（图片/视频）生成

智能换装



适用场景

服装行业利用生成式 AI 进行智能换装，快速生成服装商品模特图

• 亚马逊云科技 Amazon SageMaker 机器学习平台

提供一站式端到端的机器学习服务，包括数据准备、模型训练、调优和监控等关键环节，实现了更精准、低成本的控制人工智能生成的图片效果

• Stable Diffusion 亚马逊云科技插件解决方案

帮助客户将现有 Stable Diffusion 的模型训练，推理和调优等任务负载从本地服务器迁移至 Amazon SageMaker，利用云上弹性资源加速模型迭代，避免单机部署所带来的性能瓶颈

品牌洞察解决方案

亚马逊云科技针对选品管理提供了一系列的基于 Amazon SageMaker 的技术方案，以 Solution Guidance 的形式来帮助跨境电商客户高效的管理海量选品信息：

- **利用自然语言处理（NLP）技术：**提供智能关键词提取方案，帮助客户从海量产品信息中自动抽取和匹配关键词，提高选品信息管理的准确性并提高人效。基于相同技术的方案，还能帮助商家自动进行商品品类分类和命名实体识别等

亚马逊云科技合作伙伴为客户提供了轻松快捷的数据获取服务，通过自定义的接口高效获取企业所需的品牌品类关键词在全球市场的数据和信息，并能够基于这些数据进行自助分析：

- **高效数据分析：**提供该类别即插即用的品牌分析模板，并能够指导用户快速自学自用，既能够快速了解数据特点，优化广告投入效果，又能够根据企业个性化需求进行专项分析模板开发，助力企业降本增效
- **稳定数据获取：**熟悉各个平台接口规则。能够解决各接口限流机制、实现任务自动化调度、异常自动补偿以及网络稳定性的问题；及时高效的获得品牌、关键词、区域、品类等重要数据

智慧建站，轻松起步

场景：建独立站

品牌全球化的浪潮中，建设品牌独立站为出海企业赋予了更大的经营自主性。通过运营私域流量培养长期忠诚客户，进一步增强核心竞争力实现可持续发展。据统计，我国出海独立站数量已超20万，以平台大卖、外贸商家、内贸品牌等组成的 DTC 品牌出海阵营不断壮大。亚马逊云科技以技术为坚实底座，推出独立站建站解决方案，旨在为企业提供高效、稳定且可弹性扩展的云服务，帮助企业轻松应对全球化扩张，实现业务增长。



亚马逊云科技独立站建站解决方案

- **坚实的数字基础**：依托全球覆盖，安全性高，可靠性强的云服务，为跨境电商独立站提供了坚实的数字基座
- **丰富的托管服务**：为电商独立站场景提供了丰富的开箱即用的托管服务，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、智能客服中心等不断增长的业务发展需求
- **打造亚马逊业务生态体系**：亚马逊针对独立站提出了Buy with Prime 解决方案，为独立站上带来优质的亚马逊 Prime 会员，同时提供和亚马逊电商一致的服务体验

Buy with
prime

亚马逊云科技独立站建站优势

全链路业务场景支持

提供从建站、内容发现、营销选购、购买履约到客户互动的全链路业务场景支持

个性化定制服务

可根据自身需求，自由选择云上部署或SaaS建站模式，并挑选适合的功能模块，满足个性化定制需求

生态伙伴业务模块

亚马逊云科技与独立站业务伙伴携手，为跨境电商客户提供全面业务模块，助力企业快速搭建完整独立站

【店匠科技】亚马逊云科技助力店匠科技跨境电商业务场景迈入生成式AI新时代

店匠科技 (Shoplazza) 是一家专注于海外独立站 SaaS 企业级技术公司, 深耕跨境电商领域, 积极探索生成式AI技术。为降低产品素材图片制作成本、加速上架速度并满足变款需求, 店匠科技推出 BetaCreator 人工智能生成图片应用。然而, 构建机器学习基础设施面临成本高昂、技术复杂、人员成本高等问题, 迫切需要创新、易用的人工智能技术满足需求。亚马逊云科技推出电商行业生成式AI解决方案, 助力店匠科技迈入生成式AI新时代。

核心诉求



- 为解决素材创作难题, 店匠科技推出 BetaCreator 人工智能生成图片应用, 破解营销创作难、人工创作成本高、创作周期长、人员成本贵等痛点
- 考虑构建机器学习基础设施涉及算法和门槛, 缺乏专业算法人员与成熟实践经验需要, 迫切需要创新、易用的人工智能技术满足需求

亚马逊云科技 Amazon SageMaker 解决方案全方位赋能

Amazon SageMaker 为店匠科技提供了一站式端到端的机器学习服务, 包括数据准备、模型训练、调优和监控等关键环节:

- **基于 Amazon SageMaker 机器学习平台:** 商家可快速生成海量安全、高质量的图片
- **通过 Amazon SageMaker JumpStart 机器学习中心:** 提供了数百种内置算法以及经过预训练的模型库, 加速模型的构建和部署
- **依托亚马逊云科技全方位的技术支持与贴心服务:** 亚马逊云科技技术团队为店匠科技探索开源模型和突破技术难关, 提供了全方位技术支持和贴心服务

成果显著

通过亚马逊云科技生成式AI技术, BetaCreator 为商家设计素材图片提供了高效、个性化服务, 通过对模型持续优化和迭代, 达到准确逼真的生成效果, 大幅提升服务质量和开发时间及成本

分钟级出图, 多风格选择

多种使用场景, 不同商品类目

爆款创意变款

虚拟模特试衣

商品背景替换

精准低成本图片效果控制

增加摄影师创意灵感

提高图片产出效率

降低机器学习使用门槛



从梳理商家需求到产品落地, 亚马逊云科技 Amazon SageMaker 等产品为店匠科技提供了端到端的模型训练及调优方案, 我们只用了2个月的时间, 就成功推出了人工智能生成图片的应用——BetaCreator, 训练模型和模型调优的时间成本显著降低。



—— 店匠科技首席科学家 谢中流 ”

【泡泡玛特】赋能独立站出海，泡泡玛特智选亚马逊云科技实现文化“破圈”

泡泡玛特成立于2010年，是一家潮流文化娱乐公司。泡泡玛特2022年最新年报披露，泡泡玛特港澳台及海外门店数达到43家（含合营及加盟），机器人商店达到120台（含合营及加盟），跨境电商平台站点数达到13个。凭借亚马逊云科技覆盖全球的基础设施、以及满足全球引领行业的安全与合规条件等综合因素，泡泡玛特选择在亚马逊云科技上构建其北美与全球独立站，走出中国潮玩“品牌出海”构建的重要一步。

POP MART

潮玩出海需要构建独立站

- **需要自助建站模式**
考虑到**品牌调性**，泡泡玛特决定在进军海外市场时，采用自助建站模式
- **方案设计需求**
需要一整套方案支撑在线商城的搭建和后续运营
- **合规需求**
面对不同国家和地区运营，网站服务需符合当地法律法规要求



亚马逊云科技多项领先优势全方位赋能

底层优势集成

- **覆盖全球的基础设施**
在全球31个地理区域内运营99个可用区，服务达245个不同国家和地区
- **引领行业的安全与合规条件**
通过98个包括ISO在内的安全标准和合规性认证，存储客户数据117项服务均具有加密能力
- **网络优势**
数据库性能相对于友商产品，领先幅度超过30%；通讯使用独立光缆，具有明显的网络优势，稳定、成本可控

核心产品与技术赋能

低成本、完全托管、高可用性，很好作用于在线商城电商交易及产品库存环节，保证在线商城流畅运转

Amazon RDS for PostgreSQL、Amazon Aurora

可扩展至每秒数亿次操作，同时保持微妙级响应时间。有效记录日志

Amazon ElastiCache

托管 Kubernetes 服务具有易用性，使泡泡玛特在更短时间完成容器技术学习和部署

Amazon EKS

个性化服务

- **客户建议**
在“数据合规、多服务结合、用户敏感信息加密处理”等方面给予客户建议
- **专项交流**
通过组织多次专项交流，确定容器技术方面的利用思路，快速实现上云转型

应用效果

- **安全合规**：免除了不必要的海外安全合规的繁琐的沟通成本和审计成本，**合规周期大幅缩短**
- **效益提升**：以更低成本完成全球在线商城的部署运作，扩张企业规模、实现更大效益

使用亚马逊云科技产品，让我们比使用现有云**节约了10%人力成本和时间成本**，还大幅缩短了合规周期。

—— 泡泡玛特运维总监 谢鹏程



亚马逊云科技



亿邦智库



AI加速品牌智慧出海报告

运营篇

三大核心洞察

精细化运营，核心在于迅速且精准地把握用户需求，预判消费心理，分析购买行为，并据此策划营销活动，以增强用户与品牌间的粘性，促进复购，提升用户活跃度。



洞察一：精细化运营是品牌企业获取增量的必选项

- 精细化：拓展符合本土目标市场用户触点，高效触达更广泛的海外客户群体
- 数据化：累积各类用户交互数据，实现“千人千面”的用户运营
- 个性化：以搜索引擎优化及定向投放兴趣用户，保证营销效果最大化



洞察二：社交媒体与网红营销成为获取流量的重要渠道

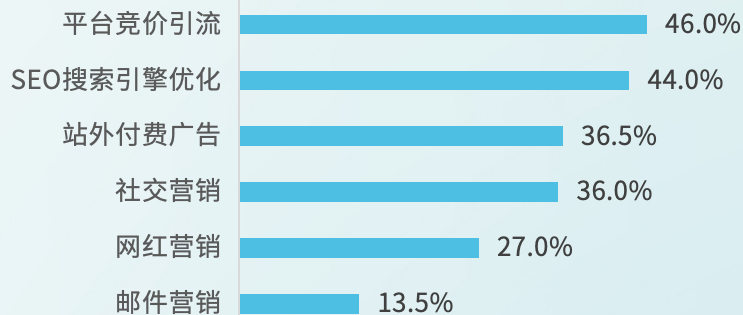
- 社交化：灵活运用社交媒体营销，与用户建立真实、亲密的连接
- 内容化：内容营销拓宽流量入口，有效放大产品价值激发用户增长
- 本土化：商家需要洞察用户关心的话题和流行趋势，开展本土化营销



洞察三：AI为跨境电商带来更多场景增量

- 场景化：大数据和人工智能技术迭代，驱动跨境电商出海场景不断拓新
- 智能化：生成式AI与内容营销融合应用于个性化推荐和虚拟主播等场景
- 交互化：基于海量对话数据的训练，快速准确理解用户问题，人性化交互

出海商家海外营销方式选择



精细化运营：做好用户沟通，建立品牌信任

量入
为出

效果评估
对比分析

各取
所需

用户分层
个性化推荐

物尽
其用

活动策划
KOL分享

伺机
而动

行为标签
二次触达

独立站运营三大痛点

痛点一：缺乏精细化运营能力，精准获客难

- 精准定位难：目标客户画像不清晰，广告投放不精准、转化率低
- 运营效率低：粗放且低效的客户触达浪费大量宝贵的运营资源
- 内容质量差：内容质量不佳，影响搜索引擎排名及网站曝光度

痛点二：海外营销获客成本过高，广告投放效率低

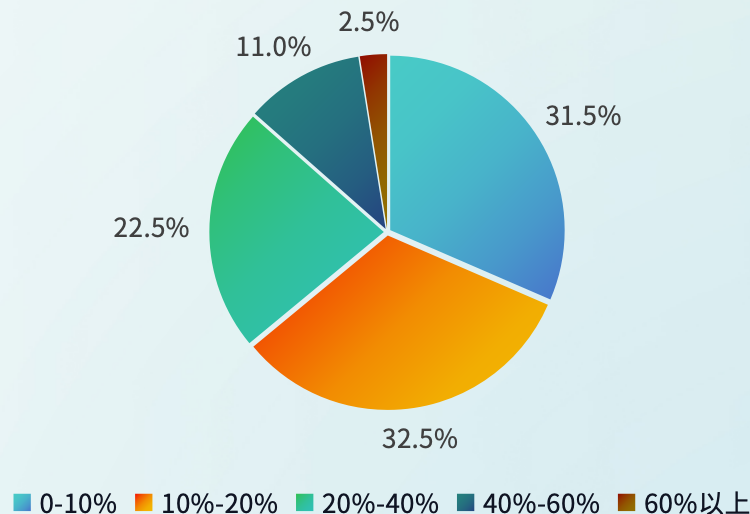
- 营销策略不精准：缺乏用户数据支持，营销活动难以触及目标受众，成本高，效率低
- 广告投放支出逐年增加：超六成商家海外营销投入占总体营收比例在20%以内，另有近四分之一的商家营销投入占比达到20%-40%区间

痛点三：缺乏智能化工具提升运营效率

- 缺乏规划和优化：缺乏多平台广告规划，难以优先适合品牌的广告精准投放组合
- 缺乏数据洞察：不知如何基于对数据分析提高广告投放的ROI
- 缺乏智能工具：尚未运用新技术如引流文案和短视频生成，优化广告投放、降低获客成本

数据来源：亿邦智库调研数据

品牌商家海外营销投入占总体营收情况



数据表明，商家在海外营销方面的投入相对较高，如何采取有效的广告投放方式最大化实现营销效果，已成为亟待解决的问题

智慧运营 提质增效

场景：智能广告投放优化 | 360度客户画像

数字营销是精细化运营的重要一环，亦是获取用户的关键。结合公域广告引流与私域客户数字化运营，以及产品体验与反馈，形成消费者运营闭环。在闭环中，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。在此背景下，亚马逊云科技业务生态体系在营销推广场景中为客户提供全面丰富的解决方案，支持客户在平台、公域、私域及客户运营等各个触点开展数字化营销，实现业务增长。

智能广告投放优化解决方案

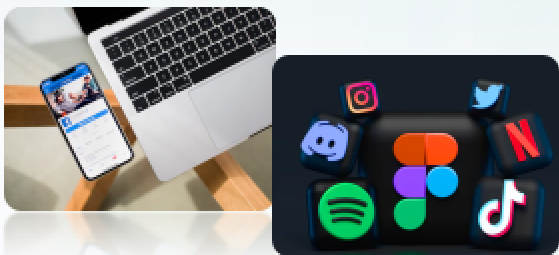
- **丰富广告投放和分析服务：**亚马逊云科技合作伙伴生态提供丰富广告投放和分析服务，帮助电商广告主完成多平台广告规划、精准投放，并提供广告投放的数据分析和优化
- **智能广告竞价优化方案：**利用 SageMaker 人工智能平台，通过机器学习分析客户在广告投放平台的竞价数据，制定智能优化方案，从而优化客户未来的广告竞价策略，提高出海客户在海外广告平台的ROI和人效

360度客户画像解决方案

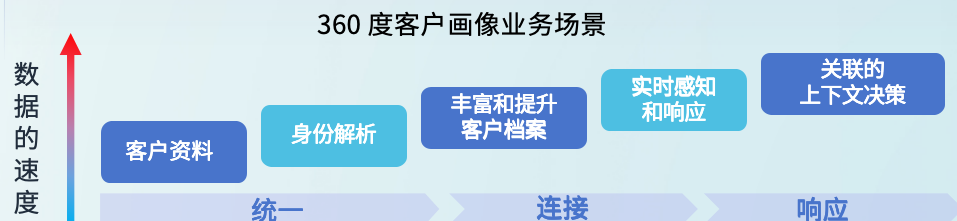
- **电商平台私域运营解决方案：**亚马逊云科技免费的私域运营解决方案指引（Solution Guidance），包括参考架构和技术支持，助力具备自研能力的企业自主实现高效运营。同时，亚马逊云科技合作伙伴生态提供丰富的开箱即用的方案支持私域流量运营
- **核心领域行业解决方案：**亚马逊云科技提供涵盖数据集成、智能分析、低代码开发等服务产品，助力出海商家打通全域数据，高效处理分析，缩减拉新成本，提升营销转化率，驱动留存复购，推动业务增长，并降低海外库存以降本增效

AD

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



基于云原生服务，亚马逊云科技提出针对360度客户画像的业务架构，为客户提供数字化营销应用技术指引，构建高效营销平台



智慧运营，提质增效

场景：电商智能搜索 | 电商智能推荐

在诸多电商场景中，智能化搜索和智能推荐常常相辅相成，为消费者带来更为便捷和个性化的购物体验。消费者在搜索特定商品时，推荐系统可以根据搜索关键词和消费者个人偏好，为其推荐所需商品以及更多可能感兴趣的商品，不仅提高了电商平台的运营效率，还有助于促进消费者购买决策。

电商智能搜索解决方案

解决方案优势

- **精准理解消费者搜索意图**：基于亚马逊云科技的搜索引擎服务 Amazon Opensearch，并结合机器学习中的自然语言处理功能，帮助客户精准理解消费者搜索意图
- **快速筛选符合查询条件的商品**：能够在海量商品中迅速找到符合客户查询条件的产品结果，提高搜索效率
- **优化搜索结果排序快速找到产品**：利用人工智能技术，结合客户个性化消费行为，优化搜索结果排序，确保客户快速准确找到所需产品完成购买

解决方案应用

- **专为电商平台及独立站客户打造**：适用于各行业，助力客户为消费者提供智能化搜索体验
- **优化用户体验提升销售转化率**：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，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

Amazon Opensearch
搜索引擎服务

Amazon SageMaker
人工智能服务

NLP
自然语言处理

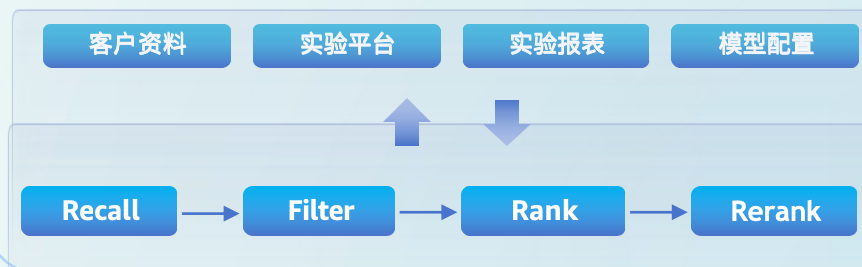
数据来源：麦肯锡

电商智能推荐解决方案

解决方案优势

- **支持复杂行业定制化需求**：支持定制，能够灵活应对客户在个性化推荐方面的复杂需求，确保方案与业务场景的高度匹配
- **多场景下的个性化推荐**：基于消费者行为的商品推荐，基于已消费商品的相关性推荐，以及针对视频/短视频的内容推荐等，全方位满足多样化需求
- **提供预定义服务提高转化**：预定义服务允许企业根据自身业务逻辑和策略，定义不同推荐规则，满足多场景下复杂的推荐需求，提高客户体验和转化

电商智能推荐解决方案功能介绍



实施个性化推荐
和触发式沟通的
组织可实现

5%-15%
收入增长

10%-30%
营销投放效率增长

【安克创新】和亚马逊云科技成立联合创新实验室创新合作，智能广告投放效率提升33%

安克创新是全球化的知名消费电子品牌企业，通过卓越的产品力破圈全球市场，成功塑造了Anker、Soundcore、eufy、Nebula、Roav、Zolo等多个智能硬件品牌，主要涉及充电类、智能创新类、无线音频类等多个产品品类，产品畅销全球146个国家和地区，服务近亿全球用户。根据2023年上半年公司年报数据，安克创新的营业总收入达70.66亿元，较去年同期增长了20%。



- 如何有效利用多年累积的有效数据，驱动产品创新应用和业务价值提升？
- 如何将外部的亚马逊促销信息、市场信息、洞察等与内部数据结合起来发挥最大效用？
- 如何选择一个成熟稳定、成本可控的大数据平台，以满足数据分析和业务创新的需求？
- 如何摒弃传统低效的人工与规则模式，转而采用“小步快跑”式创新应用提升智能化水平？

品牌核心诉求

成立联合创新实验室 — 推动安克创新持续实现业务智能化创新



亚马逊云科技数智化创新技术支持

- 实现内部系统与业务的上云操作
- 借助人工智能与机器学习技术，逐步构建数智化驾驶舱，实现高效运营
- 数智化驾驶舱提升业务效率，加速产品升级与迭代的进程



“联合创新实验室”三大合作方向

- 1 利用 AI 提升广告投放效率
- 2 技术交流、创新文化以及创新机制的交流
- 3 打造创新工具，对外赋能，拓展行业影响



联合创新实验室价值和效益

- 自动广告调价竞价机制，将广告投放转为智能模式
- 通过品类规划决策，产品质量、销售运营和营销投放策略优化，助力产品创新
- 创新业务实现全球化进阶

33%

投放效率



通过采用 Amazon SageMaker，分析历史数据，识别具体业务总结规律，整合以往内部广告投放经验规则并植入平台，使我们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



人工智能

机器学习

合作机制

大数据

AI数据资源

【禾观科技】运用亚马逊云科技AI智能搜索实现海外腾飞，业务增长超过200%

近年来，以东南亚和拉美地区为代表的新兴市场成为跨境电商“蓝海”的必争之地。作为具有中国“技术+产业”基因的快时尚女装品牌，禾观科技崇尚表达自由，以时尚为创作载体，运用技术与创意塑造时尚产业。依托国内优质供应链、卓越产研实力及精细化运营，品牌成立四年年均增速超300%，年销售额突破3亿美金，成为东南亚与拉美地区女装快时尚品牌的出海强劲新势力。然而，在品牌全球化道路上行稳至远，需要有强大的技术底座支撑，在此背景下，禾观科技选择亚马逊云作为技术合作伙伴，保证安全合规部署同时，为用户提供个性化搜索体验。

两大核心技术诉求

- 需构建全球快速部署、安全合规的现代化基础设施，保障企业应用在促销期间平稳运营，确保业务稳定可靠
- 积极创新业务，如搜索业务，解决复杂检索问题，提供个性化搜索体验

亚马逊云科技全方位赋能

- 稳定、高效、弹性、成本友好的云上技术底座：**提供了一系列开箱即用、弹性可扩展的全托管产品，如 Amazon EKS、S3 和 Aurora 等，帮助客户简化运维、解决人力不足问题
- 全方位的安全服务保障安全合规：**禾观科技使用的 Kubernetes 服务 Amazon EKS 和弹性云服务器 Amazon EC2 自带细粒度安全控制，例如访问控制列表（ACL）和可配置的亚马逊云科技访问控制 Amazon IAM，确保全球业务合规
- 构建数据湖存储海量数据：**通过 Amazon S3 构建数据湖，存储海量业务数据。Amazon S3具备无限存储能力与高持久性确保数据安全，支持数据分析和机器学习
- 机器学习+精细化运营构建智能搜索：**使用机器学习服务Amazon SageMaker，为用户构建智能搜索服务。依托关系型数据库 Amazon Aurora，实现实时推荐决策，展现个性化的“千人千面”精准结果

服务成果

- 1 全球一张网加速全球化扩张：**通过采用亚马逊云科技遍布全球、安全可靠的基础设施，禾观科技快速构建商业逻辑，无需过度关注底层技术，从而加速快时尚业务在全球范围内的迅速扩张
- 2 快速构建商品搜索框架：**亚马逊云科技提供灵活可靠、安全合规的基础设施，依托其云服务能力，助力快速构建商品搜索架构，实现业务稳定增长
- 3 业务迅猛发展成绩显著：**2022年禾观取得了显著的收益成果

200%+
业务增长

快时尚品牌的业务支撑与传统电商相比有很多不一样的技术挑战，亚马逊云科技具备极高的可扩展性和灵活性，禾观科技在亚马逊云科技上可以快速实现业务迭代。

—— 禾观科技 CTO 罗军





亚马逊云科技



亿邦智库

AI加速品牌智慧出海报告

用户体验篇



ebrun 亿邦智库 × 亚马逊云科技

三大核心洞察

用户对商品的认知，远超越其表面标签，承载着对品质、信誉及独特性的期待。品牌能够触动用户情感，唤起信任，构建忠诚与信仰。在跨境出海浪潮中，行业已从以销售为导向的卖货思维转向以用户为中心的品牌思维，个性化体验已成为构建品牌心智的关键。



洞察一：从卖货思维向用户思维转变，建立品牌心智

- 精准把握用户需求：差异化产品成为竞争关键。商家需深入分析用户数据，发现用户痛点、痒点和爽点，依据客户购物旅程量身定制产品体验
- 个性化产品和服务：提供个性化的产品和服务满足用户独特需求，提升品牌势能，增强用户黏性



洞察二：构建与消费者情感纽带，激发品牌信任和忠诚

- 全方位关注消费者：从售前咨询到售后服务，提供服务支持，加深情感认同，促进口碑传播，提升复购率
- 通过营销活动构建信任：通过社交媒体建立认知引发兴趣，通过营销活动达成销售，并与消费者建立情感联系，激发他们的信任和忠诚



洞察三：借助AI技术大幅提升消费者购物体验，促进转化

- AI技术高效赋能：借助技术手段，如优化导航和个性化推荐、多语种邮件、交互与智能语音客服应用等，提升转化率和客户体验

卖货思维 VS 品牌思维

卖货思维——以销售为导向

重心放在产品本身、价格、促销和销售渠道上。关注的是如何将产品推向市场，并获得最大的销售收益。然而，这种思维方式往往忽视了消费者情感和独特需求的重要性

品牌思维——以用户为中心

重心放在消费者需求、消费者体验和消费者情感上。关注的是如何建立强大的品牌形象，与消费者建立情感联系，并创造独特的品牌体验

用户体验三大痛点

痛点一：缺乏有效的用户洞察

- 缺乏用户洞察：无法有效搜集客户对商品选购以及使用过程中的真实反馈，导致产品创新及优化受阻
- 缺乏智能化工具：如无法进行智能化VOC语义分析，数据处理效率低，难以快速响应用户需求
- 数据处理效率低：对用户的行为、偏好分析耗时耗力，无法真正洞察用户需求和市场趋势

痛点二：缺乏有效的用户沟通体系

- 文化差异与语言障碍：导致信息传递的失真或误解，从而影响用户体验
- 缺乏沟通方案：缺乏定制化客服方案，如客服自动生成回复小语种邮件等
- 用户体验不佳：无法及时了解并解决用户在选购和使用过程中遇到的问题

痛点三：缺乏有效的全天候客服服务

- 售后成本高：面向海外提供多语言多渠道的售后成本高昂，运营压力大
- 服务不连续：单一时区团队跨时区在某些时间段可能无法提供客服支持，导致客户服务出现断点，降低客户对企业的信任度

数据来源：Common Sense Advisory、BrightLocal、McKinsey & Company



72.4%

在线购物者更愿意购买使用自己母语服务的产品

71%

消费者希望品牌提供个性化服务

88%

在购买之前会查看产品评价和评论

智慧服务，体验升级

场景：智能购物助手 Rufus

亚马逊电商发布生成式 AI 驱动的电​​商搜索助手 Rufus，它基于亚马逊电商产品目录，用户评论，社区问答帖子，以及外部网站信息等数据进行训练，理解客户多样的购物需求，辅助搜索、发现、和筛选商品。在消费者还未确切知道自己想要什么商品，通过 TikTok，Google 等工具研究之前，Rufus 就试图将客户吸引到亚马逊电商网站，帮助客户发现最符合其个性化需求的商品，相比手工筛选，效率大幅提升。Rufus 在北美移动应用用户中率先试用，打响了生成式 AI 在电商搜索领域普及的第一枪。

搜索框里除了“Search”
更多了一个“Ask a Question”

Search or ask a question

Rufus 是用户专业的私人购物达人助理，旨在提升用户发现和寻找最匹配用户心意商品的购物体验

Rufus 智能导购助手服务优势

- 通过跟用户对话互动，帮助用户针对自身需求进行更广泛的产品研究，找到最合适的商品

比如提问“买耳机需要考虑什么？”

- 帮助客户商品比较快速做出选择

比如提问“唇彩和唇油有什么区别？”

- 帮助用户针对特定场合或目的建议相应的产品

比如提问“冬季高尔夫需要准备什么？”

- Rufus 则建议可购买产品类别

用户可点击进行更具体搜索问题

- 针对客户具体需求提供推荐

比如提问“情人节适合送什么礼物？”

- 帮用户在商品详情页提出该商品相关特定问题，避免用户浏览大量评论和阅读详情的精力消耗

比如提问“这款乒乓球拍适合初学者吗？”

Rufus 会根据商品详情、客户评论和社区问答生成答案

01

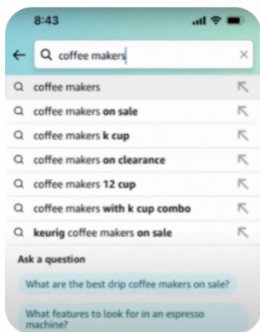
Rufus 的出现意味着亚马逊电商生态系统的一次重大变革

02

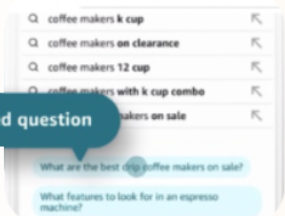
Rufus 凭借亚马逊庞大的产品目录、用户评论和用户交互数据增强用户洞察，旨在通过提供个性化的帮助、产品比较以及优化产品发现，从而彻底改变购物体验

03

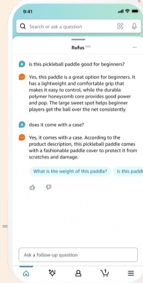
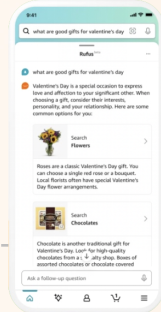
未来品牌不能再仅仅依靠关键词优化和 SEO 来确保曝光度。随着平台优化产品发现，品牌势必探索新的方法突出自身，比如独家内容、KOL 的展示和宣传、独特的产品功能等



Rufus 出现的位置是移动 App 底部，如图所示，在敲入一个搜索关键词时，Rufus 会相应给出一些问题的提示，用户点击后可以进入 Rufus 的交互



Tap a suggested question



智慧服务，体验升级

场景：AI 赋能 Amazon Connect 联络中心

Amazon Connect 是 Gartner CCaaS（联络中心 as a Service）魔力象限的领导者，为企业提供开放的联络中心系统平台，客户可根据自身业务的发展阶段，量身定制客服业务功能。由此，座席培训时间通常可缩短50%，随时开通随时使用，也大幅缩短系统部署时间。

除了各种社交媒体的接入，与现有呼叫中心，CRM系统集成，自定义报表等基本功能外，Amazon Connect 整合AI能力，推出多项智能化能力，进一步提高服务效率，降低运营成本。

AI 赋能 Amazon Connect 联络中心



全渠道自助服务

- Amazon Connect 的聊天机器人可自动识别超过 25 种语言/区域的语言，利用大语言模型（LLM）提供对话式的常见问题解答、向座席提供示例话语。沟通结束还可以提供结构化且简洁易懂的对话摘要，快速捕捉重要信息，提高跟进客户或采取其他必要操作的效率。
- 基于Amazon Connect，客户可以跨语音、聊天等渠道与同一座席互动，即使更换了座席，系统仍然保存了之前的互动历史。全渠道联络中心体验不仅改进了客户体验，同时也缩短了解决问题的时间。

更快速度



AI实时座席辅助

- Amazon Q in Connect 是 Amazon Q Connect 的生成式AI增强版，可分析联络中心呼叫和消息，并使用生成式AI主动向座席提供实时解决客户问题所需的信息，从而提高其工作效率和客户满意度。
- Amazon Q in Connect 使用实时语音分析和自然语言处理（NLP）来检测客户问题，并使用生成式AI根据实时对话的背景和贵公司内容中的相关信息，制定和推荐特定的回应和操作，供座席以口头或文本方式传达消息。

更高效率



AI对话情绪分析

- Amazon Connect Contact Lens 让您更好地了解对话的情绪和趋势，并确保您的座席在帮助客户时保持合规。这将帮助主管培训座席、复制成功的客户交互，并识别关键的公司反馈。
- 客服主管可以对通话转录进行快速的全文搜索，从而快速解决客户问题。借助由机器学习（ML）提供支持的实时分析，您还可以在实时客户互动期间收到问题警报，并在对话进行时，向座席提供指导，从而提高客户满意度。

更有弹性

更低成本

智慧服务，体验升级

场景：多语种邮件解决方案

随着跨境电商全球化布局向纵深演进，语言障碍成为众多企业在发展过程中不得不面对的难题。为应对这一挑战，多语言营销策略显得尤为重要。通过构建多语言网站、实施多语言的邮件沟通及定制化邮件营销活动，企业能够更精准地服务全球用户，赢得信任和认可。基于亚马逊云科技生成式大模型构建的智能邮件处理服务支持60多种语言，能够做到90%的客服邮件自动生成回复内容，显著提升用户体验。

多语种用户痛点



处理方式传统
时效性差



多语种服务需求旺
人工客服成本高



服务经验
难以积累沉淀



多平台
管理难度大



亚马逊云科技生成式大模型在智能邮件处理服务中的四大应用



语义识别与实时翻译

- 生成式大模型通过深度学习技术理解和生成自然语言，提供更准确的语义识别
- 利用大量多语种数据训练，实现实时、高质量的多语种翻译，满足全球客户的沟通需求



自动回复与智能沟通

- 生成式大模型通过学习大量客户服务数据，自动回复客户问题，提高响应速度
- 根据客户情绪和需求，生成式大模型能提供个性化的沟通方案，提升客户满意度



持续优化与智能升级

- 生成式大模型能够不断学习新的数据，持续优化回复质量和准确性
- 通过与其他AI技术（如情感分析、知识图谱等）结合，实现智能客服的全面升级



应用场景拓展

- 生成式大模型不仅应用于智能客服，还可拓展至智能推荐、智能营销等场景
- 为企业提供更全面、高效的客户服务解决方案，助力企业降本增效



60+
语言

90%
客服邮件
自动生成
回复内容

【美的】 Amazon Connect 帮助美的国际重塑客户体验，三个月内节省 1 万欧元，成本节省 30%

美的是一家覆盖智能家居、楼宇科技、工业技术、机器人与自动化和数字化创新业务五大业务板块为一体的全球化科技集团。凭借亚马逊云科技全球丰富的基础设施覆盖，以及云原生联络中心产品 Amazon Connect 的卓越产品能力，扩展性和开放性，美的全球智能客服中心项目将在全球20多个国家采用 Amazon Connect 部署，与现有系统无缝集成，更加快速的部署，更低成本的运营，为终端客户提供更优质的服务体验。

面临挑战：为多个国家的客服中心寻求智能化解决方案

美的面向最终消费者，用户与客服交互高频，直接影响客户体验。而一次糟糕的客服交互可能会

- **失去客户**：让**90%**的用户离开品牌
- **引起客户投诉**：**67%**的不满意用户会投诉
- **带来负面社媒影响**：一位用户在社交媒体上发布的不良体验将传播到**数千人**
- **影响客户忠诚度**：为用户提供最好的服务将可能留住**95%**的客户
- **影响客户留存率**：妥善解决用户投诉，可留住**75%**的客户
- **影响获客成本**：与保持忠诚用户相比，需要花费**6倍**的资源来吸引新用户



因此，美的希望建议一个全球统一、符合行业标准且满足各国法律要求的全渠道客户联络中心，支持多样化沟通，快速解决客户问题，降低服务成本，提高客户满意度。

Amazon Connect 智能化综合解决方案全方位赋能重塑客户体验

Amazon Connect 原生具备亚马逊云科技的 AI 能力，符合美的对智能化的要求

Amazon Connect 结合亚马逊云科技数据 BI 产品

Amazon Connect 还与美的自研的 iService CRM 系统快速实现了集成

Amazon Connect 按照实际使用量付费，符合美的全球拓展的需求

详尽的前期规划和解决方案架构设计极大提升客户体验

Amazon QuickSight 为美的实现联络中心数据报表和大屏定制化，帮助美的总部迅速掌握全球各站点服务水平

服务亮点

- 1 **快速迁移**：帮助美的将意大利、香港、新加坡和马来西亚的客服中心迁移至 Amazon Connect
- 2 **成本显著下降**：意大利呼叫中心三个月内**节省1万欧元**，**成本节省30%**

 **1万欧元** 三个月内节省
30% 成本节省

“ 2022 年，美的正式引入 Amazon Connect 作为全球部署的云端全渠道客户联络服务系统，完成了意大利、新加坡、马来西亚、中国香港四个分公司的系统上线，实现了美的客户联络中心代际升级，以及快速部署与迁移，实现从用户触达、到服务完成的所有服务环节的闭环监控。呼叫中心云化，座席不受职场限制，大幅降低呼叫中心运营费用。其中，意大利分公司实现了 30% 的成本降低，且极大提升语音质量和降低座席离职率。

—— 美的国际全球服务部部长 赵发义 ”



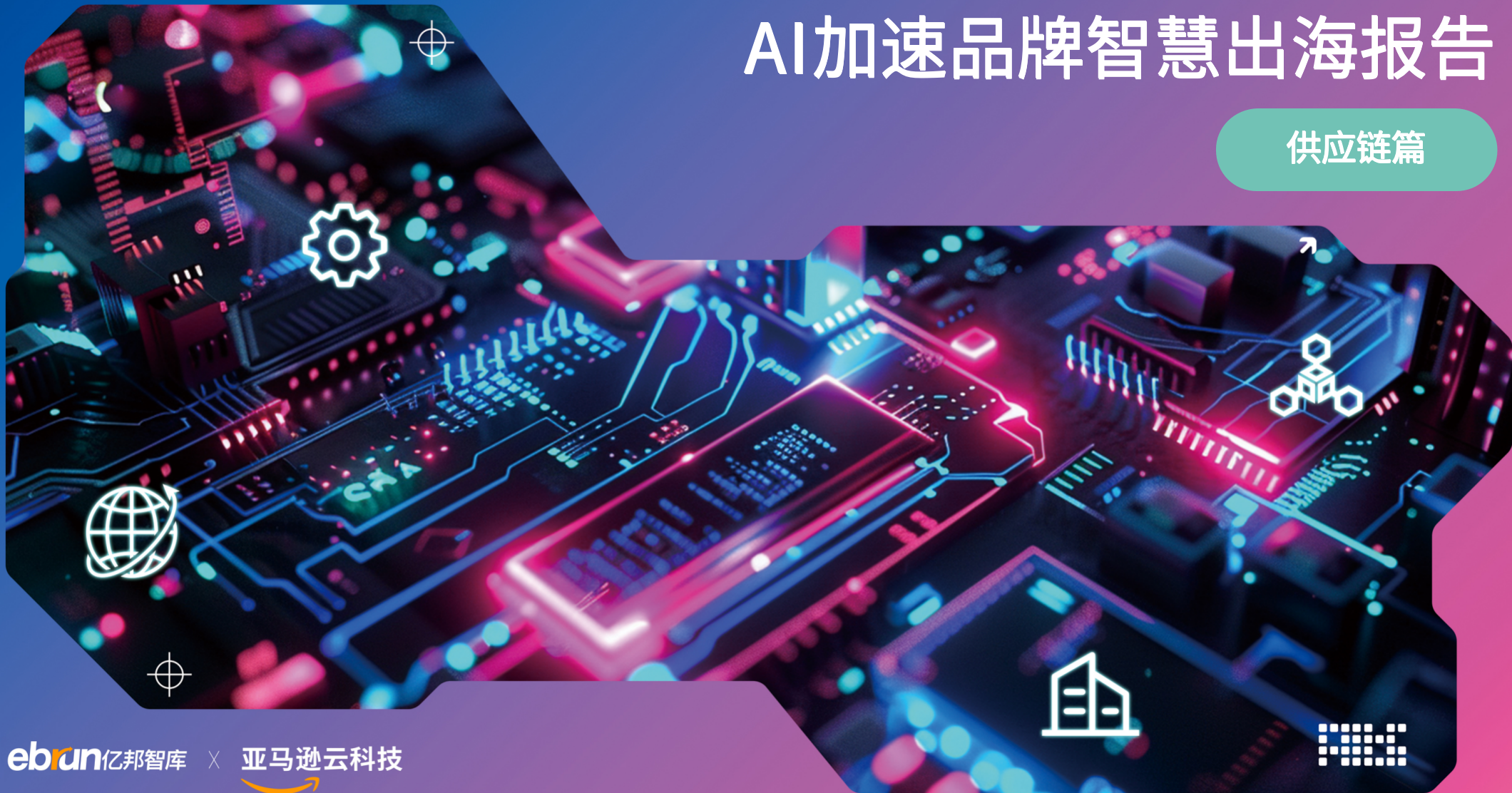
亚马逊云科技



亿邦智库

AI加速品牌智慧出海报告

供应链篇



三大核心洞察

品牌全球化时代，供应链已成为竞争的新战场。出海商家需要从供应链管理视角，优化成本结构，强化供应链稳定性、灵活性和韧性，围绕用户搭建高效的履约服务体系，提升用户体验，方能在跨境电商新阶段抓住机会迎战竞争。



洞察一：供应链端到端全链条数智化运营是降本增效的重要推手

- 全链路数字化：通过生产数字化、运营数字化、履约数字化以及外部协同数字化提升自身能力
- 数据驱动决策：利用人工智能及大数据技术，通过集成数据分析准确预测订单、优化库存并调整生产计划，实现成本效益最大化
- 增强供应链透明度：可视化和智能化以提供实时的供应链状态更新、物流跟踪，帮助企业更好地监控和管理供应链



洞察二：打造敏捷制胜的柔性化供应链是品牌出海新形势下的必选项

- 柔性化：供应链向“柔”转变，是出海新形势下供应链被重塑的必然结果
- 以销定产：在制造端，围绕多元化、定制化及精准化的用户需求，基于智能决策协作上游工厂以销定产实现降本增效
- 快速交付：在交付端，便捷、灵敏、可预测、确定性的物流、支付、通关、合规等柔性供应链满足服务需求



洞察三：通过有竞争力的高效履约供应链网络持续提升用户体验

- 物流网路优化：构建高效的物流网络，实现快速配送，降低运输成本，提高客户满意度
- 海外仓加速渗透：海外仓已成为品牌出海重要物流节点，50%商家利用其开展本土化服务
- 提供多样化服务：提供灵活的交付选项，及时解决客户问题和改进服务

供应链管理三大痛点

痛点一：缺乏高效的数字化供应链和智能化管理工具，效能低下

- 非全流程数字化：没有集成系统，无法实现供应链在生产、运营、履约等全方位全流程的数字化
- 无智能化工具：无智能化工具来系统性地实时、快速地预测需求和调节库存、产能和降低供应链风险
- 可视化能力不足：缺乏清晰的可视化的供应链与物流管理界面

痛点二：供应链管理缺乏敏捷和柔性感应能力，成本高企

- 库存管理成本高：海外市场需求多变，产品种类的多样化以及订单的小额高频特性，对库存灵活管理提出更高要求。然而，库存占用资金大、周转缓慢和管理成本高等问题，构成了管理上的挑战
- 合理备货难：品牌客户往往线上线下多渠道、多平台备货，分散备货，但往往备多备少全凭主观判断，不知如何分仓备货，如何优选仓库
- 柔性能力差：缺乏快速和持续的补货和再平衡以及可预测的进出货体系，无法通过弹性产品和运营设计、足迹多样化、机器学习等降低管理成本

痛点三：缺乏高效履约的智能供应链解决方案，用户体验差

- 缺货风险：旺季来临，产品供不应求，缺货风险降低购物体验，造成客户流失
- 物流响应慢：过长的交货时间和供应链响应速度降低客户在线购物体验

核心思考

- 如何构建一个透明稳定、合规高效的供应链服务体系？
- 如何打造柔性供应链满足用户多样化需求？
- 如何依托全流程在线可视化数据管理助力商家实现高效履约？



智慧供应链，降本增效

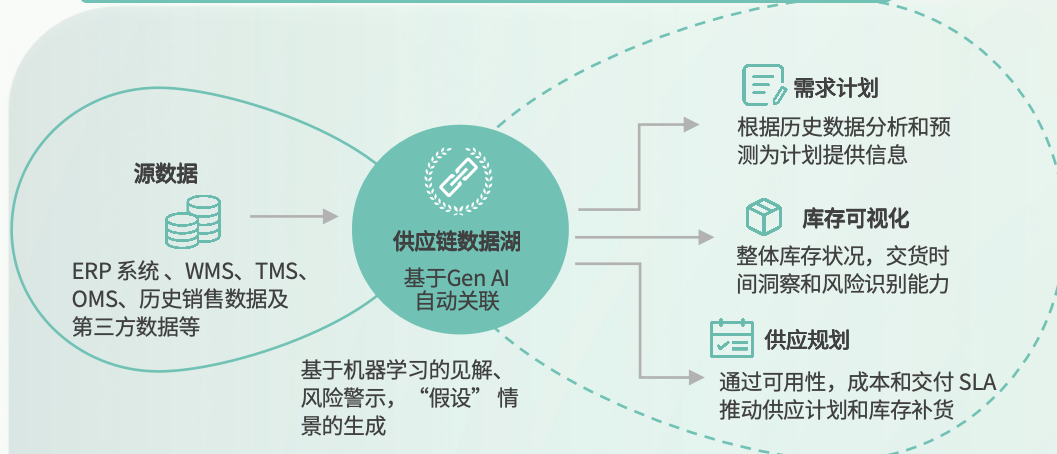
场景：零售供应链

在零售供应链业务场景下，如何基于数据洞察，高效建立一套数据驱动的供应链分析系统来指导供应链需求计划、库存运营及采购计划是客户所面临痛点。针对此场景，亚马逊云科技构建了零售供应链解决方案指南：亚马逊云科技供应链服务(ASC)，结合亚马逊近30年供应链领域的丰富经验及最佳实践，帮助零售业务客户针对供应链的商品及销售数据进行需求预测，以实时展示库存状态，提供库存调补建议，并且完善供应商采购计划，帮助分析商品成本、完善现金流。

亚马逊云科技供应链服务主要功能及效果

1 ASC 供应链需求计划 ASC Demand Planning

- **准确预测，降本增效：**需求计划模块协助客户生成更准确的需求预测，根据市场状况进行调整，避免库存成本过高和浪费，也支持需求规划人员进行跨团队协作
- **机器学习，实时调整：**使用机器学习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
- **输入学习，实时更新：**不断从持续变化的需求模式和用户输入中进行学习，以提供近乎实时的预测更新，让公司能够主动调整供应链运营



2 ASC 供应链库存可视化 ASC Inventory Insight

- **自动生成，实时可视：**使用数据湖中的全面供应链数据，自动生成有关潜在供应链风险（例如库存过剩或库存不足）的见解，并将其显示在实时可视化地图中
- **机器学习，周期预测：**应用机器学习模型（该模型基于与Amazon所采用的技术类似的技术构建）来生成更准确的供应商交付周期预测

3 ASC 供应链供应规划 ASC Supply Planning

- **规划模型，预测库存：**利用亚马逊为其自身运营开发的机器学习专业知识，并将这些知识应用于创建复杂的供应规划模型，可以准确预测各个库房所需的正确库存水平
- **各项数据，协助决策：**可以利用需求计划模块创建的需求预测（客户也能选择使用自己计算，而非需求计划所产生的预测数据），以及有关产品、设施、物料清单（BOM）和库存的数据，这有助于客户通过推荐创建采购订单或库存转移请求等操作，来确定订购数量、下单时间以及库存地点

智慧供应链，降本增效

场景：零售供应链

亚马逊云科技供应链服务方案三大优势

基于机器学习的预测、洞察及协作方式

以亚马逊供应链ASC **供应链需求计划**为起点，通过机器学习提供基于多模型的商品级别库存需求预测最优解

减轻库存积压和缺货风险

- **自动评估与风险管理**：基于ASC 供应链库存可视化模块，通过自动评估、排名和共享各种重新平衡选项，以便在检测到风险时提供建议
- **综合评分系统优化库存分布**：建议选项按已解决风险的百分比、不同设施之间的距离进行评分，供应链经理可深入了解每个选项将对其他配送中心产生的影响
- **根据建议动态改进**：不断从人员作出的决策中进行学习，以便改进建议

完善补货机制，优化产品供给周期

- **供应链数据集成与可视化管理**：将供应链各环节数据集成呈现，实现端到端可视化管理
- **智能计算与供给及时性**：基于多因素智能计算最佳补货时间点，提高供给及时性
- **供应商指标分析与优选**：分析供应商指标，自动优选最优供应商，保证供应链可靠性和成本效益

云原生供应链解决方案应用

适用范围：适用于有零售业务的客户，例如传统零售、电商、汽车、制造、医疗等，提升供应链精细化管理能力，优化供应链运营成本，增加供应链韧性

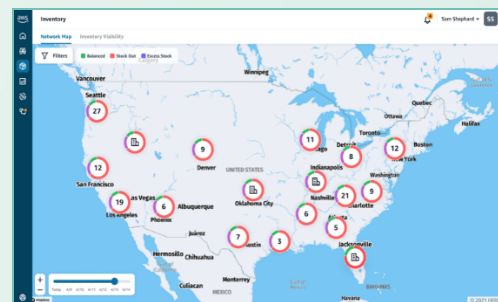
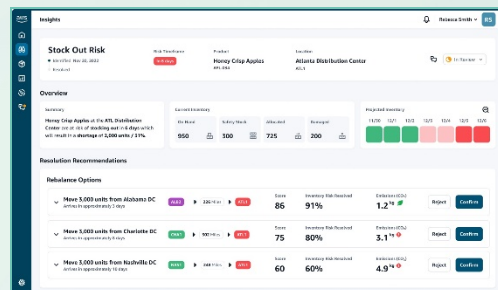
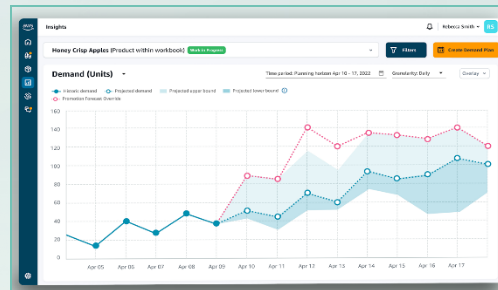
按需选择：作为云端服务,采用解耦设计,用户可按需选择使用

灵活互连：能与企业现有的ERP或第三方供应链系统对接,实现数据互连,并可自定义添加影响销售的外部因素

优化供需：利用先进的机器学习算法,优化需求预测和供应计划,提高精准度,指导实际执行

多维集成：可与其他AWS分析服务模块相集成,进行多维度的深入分析

(例如,将结果数据导入Amazon QuickSight,就能生成直观的供应成本分析、现金流分析等报表,并对异常情况下的受影响商品进行钻取细查。)



【Lifetime Brands】亚马逊云科技供应链需求计划模块显著提升预测精度，实现效率优化

Lifetime Brands 专注于为家庭提供广泛的品牌消费品，包括厨房用品、餐具以及其他家居用品。公司拥有多个知名品牌，如 Farberware、KitchenAid、Sabatier、Mikasa 和 Pfaltzgraff 等。Lifetime Brands 通过美国批发、国际和零售直销等多种渠道，向全球市场提供多样化产品。

主要挑战与目标

- 由于品牌产品种类繁多，采用多渠道销售扩展全球市场，因此一直不断寻找更高效的方式提高商品需求预测，确保掌握市场需求并做出快速响应
- 为了更好地预测客户订单以了解供应状况，需要一个由机器学习驱动的需求计划解决方案。该方案可快速执行假设 (what-if) 情景分析，提高预测准确性和效率



亚马逊云科技供应链解决方案高效赋能



预测模块应用：使用 ASC 供应链需求计划模块重复预测和测试不同的数据子集



库存监控预测：使 Lifetime Brands 动态清楚了解当前的库存水平并预测未来的库存水平

服务亮点

1

简单易用：与客户现有需求预测系统相比，ASC 供应链需求计划模块显著降低技术门槛，非常易于使用

2

预测精准：基线预测精准度大大提高，减少了异常情况

3

省时省力：缩短审查预测所需的时间，并节省工作时数



亚马逊云科技供应链服务已被证实显著提升了 Lifetime 的基础统计预测。我们非常有兴趣利用其内置的对于订货交货时间的洞察来进一步提高消费者满意度。

—— 全球供应链 EVP, Cliff Siegel ”

【Whole Foods Markets】亚马逊云科技供应链服务助力库存持续跟踪优化，降低库存风险保持动态平衡

Whole Foods Markets（全食超市）从美国德州奥斯汀大学城一家店面起家，现已发展成为全美最大的天然食品和有机食品零售商，拥有线下门店超550家。

主要挑战与目标



- 复杂的配送中心配置及供应链管理系统，超过 550 家门店、12 个区域、12 个独立的 ERP、10 个配送中心，需要花费大量时间管理数据，维护数据的准确性和一致性
- 希望快速解决数据管理问题，并为持续改进数据管理奠定基础，希望员工把时间花在针对实际库存风险做出决策和采取行动，而非数据管理

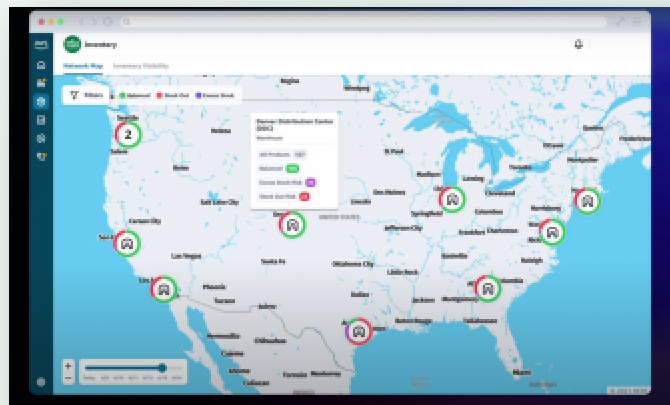


服务亮点

- 1 **简单集成**：只需点击几下即可实现数据标准化和转换
- 2 **快速实施**：传统上该解决方案需花费几个月实施，但亚马逊云科技供应链服务在短短几天内就启动并运行了
- 3 **库存把控**：可以设置警报以提前通知短缺、并进行库存调拨

亚马逊云科技供应链解决方案高效赋能

-  **ERP数据有效集成**：应用亚马逊云科技供应链服务把多个 ERP 作为数据源进行数据集成，提高决策的数据透明度
-  **库存洞察及预测**：能够快速洞察当前库存状态，并准确预测未来的库存需求，进而优化库存管理，减少积压风险





亚马逊云科技



亿邦智库