

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘自不同的官方政府刊物、可供查閱的公開市場研究資料來源及獨立供應商的其他資料來源，以及灼識諮詢（「灼識諮詢報告」）編製的獨立行業報告。我們委聘灼識諮詢編製有關[編纂]的灼識諮詢報告。來自官方政府來源的資料並無經我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]、[編纂]及[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實且概無就其準確性發表任何聲明。

全球及中國跨境電商行業概覽

市場概覽

根據國家市場監督管理總局，跨境電子商務指分屬不同關境的交易主體，通過互聯網達成交易、進行支付結算，並通過跨境物流送達商品、完成交易的經營活動。如未特別說明，下文「跨境電商」均指「B2C跨境出口電商」，B2C跨境出口電商即企業通過跨境電商平台直接向境外個人消費者銷售商品的貿易方式。

跨境電商解決了傳統外貿交易中信息不對稱、交易鏈條冗長等問題。隨著電商技術的成熟，跨境電商市場快速發展，逐漸成為當前全球主流的貿易模式。2020年全球跨境電商賣家數量約2.1百萬家，在2025年達到約3.4百萬家，預計將在2030年達近4.4百萬家。以GMV計，全球跨境電商市場規模由2020年的人民幣6.9萬億元增長至2025年的人民幣14.0萬億元，並預計在2025至2030年間實現9.6%的年均複合增長率，於2030年達到人民幣22.2萬億元。

越來越多的中國品牌將目光投向海外，希望進入更廣闊的全球市場，中國跨境電商賣家數量由2020年的約0.8百萬家增長至2025年的約1.6百萬家，預計將在2030年達近2.6百萬家。隨著中國製造、中國品牌的概念在海外消費者心中的認知不斷增強，同時中國賣家憑藉過往互聯網累計的創新經驗和技術優勢，顯著提升跨境電商的整體運營效率。在此背景下，中國跨境電商市場呈現快速增長態勢，增速領先於全球水平。以GMV計，中國跨境電商市場規模從2020年的人民幣2.2萬億元增長至2025年的人民幣5.1萬億元，年均複合增長率達18.3%，並預計在2025至2030年間實現12.8%的年均複合增長率，於2030年達到人民幣9.3萬億元。

驅動因素及未來發展趨勢

全球跨境電商行業的驅動因素及未來發展趨勢主要有：

- 線上購物成為全球消費大趨勢，且AI正釋放新的增長動能。線上購物已成為主流的消費習慣，跨境電商在整體電商中佔比提升。根據eMarketer，2025年全球網購人數達28億人，約全球三分之一人口已經成為線上購物買家。全球消費者可通過24小時在線購物平台獲得商品及服務。此外，全球跨境電商在全球電商市場中的佔比由2020年的23.4%提升至2025年的26.3%。相比於本地電商和線下賣家，跨境電商賣家憑藉全球供應鏈的整合

行業概覽

優勢，以更具競爭力的價格和更豐富的產品線吸引消費者，展現出更強的市場吸引力與發展潛力。為進一步推動此增長，領先的跨境電商平台正日益將AI技術整合至買賣雙方，提升消費者的個性化購物體驗，同時賦能賣家實現自動化、智能化營運。

- **發達市場和新興市場的增長潛力。**歐洲及北美等發達市場通過成熟的基礎設施、穩定的需求和更高的購買力繼續做出貢獻。與此同時，拉丁美洲和中東等新興市場，在有利的人口結構、經濟增長和互聯網普及率上升的支持下，正在釋放消費潛力。發達市場和新興市場正在共同塑造一個更加平衡和多極的全球增長動力。
- **跨境電商平台競爭格局重塑。**亞馬遜等頭部傳統電商平台加速向下沉市場滲透，同時以TikTok Shop、Temu為代表的新興平台開始崛起。這些平台重構消費場景，實現快速規模化，推動全球行業不斷演進。
- **專業合規服務成為行業新剛需。**隨著業務深入不同市場，跨境電商賣家面臨各國日益複雜的監管環境。在政府及平台政策收緊的背景下，合規需求不斷釋放，合規性正轉變為核心競爭力。日益複雜的合規要求及更高的交付期望預期將加速行業向人工智能賦能的智能合規平台升級，以支持更高效、準確、可追溯及可擴展的服務交付。
- **可持續消費需求增強。**全球範圍內，尤其是歐美成熟市場，消費者對可持續產品需求增長，推動跨境電商加速綠色轉型。企業可通過推行環保包裝方案、碳足跡標籤及環保認證等，積極回應市場需求與監管要求，提升品牌溢價能力。

值得注意的是，中國跨境電商行業的主要驅動因素及未來發展趨勢如下：

- **強大的本土製造與供應鏈優勢下「中國品牌出海」持續發展。**根據中國國家統計局與世界銀行，2025年中國製造業增加值達人民幣34.7萬億元，佔全球比重約30%。作為世界第一製造大國，中國具備強大且完善的工業製造體系與供應鏈網絡。在內需放緩的大背景下，出海成為國內大多數企業的重要發展趨勢。此優勢為跨境電商提供了極廣的產品覆蓋能力、成本優勢以及快速響應速度，助力中國貨物貿易出口總額穩健增長，貨物貿易規模穩居世界第一。隨著各地出口跨境產業集群不斷完善，「中國製造出海」到「中國品牌出海」的戰略轉型不斷加速，海外消費者對中國產品的接受度已從單純的價格認同逐步轉向對品質、品牌價值的綜合認可。

行業概覽

全球及中國跨境電商合規服務行業概覽

市場概覽

跨境電商合規服務是指圍繞跨境電商賣家在境外開展跨境電商業務過程中所需遵循的多項監管及合規要求，提供專業化的合規服務體系，以確保跨境電商交易在當地市場合法、合規、可持續運營。可根據服務類型分為企業財稅合規（例如增值稅及境外企業服務）、環保合規（例如生產者責任延伸(EPR)、碳合規）、產品檢測及認證（例如授權代表、檢測檢驗認證）、知識產權保護合規（例如商標、專利）以及其他新興合規服務（例如平台賬戶合規、數據隱私合規、海關與清關合規、物流與倉儲合規、外匯結算合規）。

痛點

跨境電商賣家在各類合規要求下面臨的痛點主要有：

- *財稅合規面臨全球稅制差異與政策頻繁更新的雙重挑戰。*各國稅制不同且複雜多變，賣家需同時應對多個國家的稅務登記、申報。比如歐盟中各個國家需繳納的增值稅率都不盡相同，任何申報錯誤或逾期都將面臨不同程度的處罰影響穩定經營。此外，海外工商流程同樣複雜，由於不同國家的語言、文化體系差異，中小型跨境賣家通常缺乏本地資源支持，在處理合規事務時常面臨較高的難度，此類信息壁壘進一步加大了合規運營的複雜性。
- *未達環保合規標準易影響銷售並錯失增長機遇。*隨著歐盟環境政策收緊，EPR要求跨境電商賣家承擔整個產品周期的廢棄物管理責任。賣家若未即時跟進按時完成註冊，將面臨強制代扣代繳、罰款或禁售的風險。同時，完成碳合規認證並獲得亞馬遜氣候友好承諾(CPF)綠標，不僅能提升賣家的品牌環保形象，還能獲得平台的流量支持，進一步提升銷量。綠色認證已成為吸引環保意識強消費者的重要標識。
- *檢測及認證標準複雜多樣。*各國產品准入標準持續升級且認證體系複雜。在歐盟市場「CE」標誌是強制性認證標誌，但獲得CE認證須先根據產品功能和用途不同滿足細分認證要求。例如，電氣產品需要電磁兼容性(EMC)認證；具備無線通信功能的產品適用於無線電設備指令(RED)認證；高壓電氣設備需要低電壓指令(LVD)認證。賣家需持續追蹤目標市場最新資訊，任何認證文件不全或認證過期，均可能導致貨物扣留或強制下架。
- *商標、專利等知識產權侵權風險高。*跨境電商賣家仍然以中小企業(SME)為主，沒有專業團隊，難以系統開展全球知識產權侵權監測，容易因產品設計、技術方案等無意侵權而陷入法律糾紛面臨嚴重處罰。根據《2025中

行業概覽

《國企業海外知識產權糾紛調查》，2025年中國企業在美涉及跨境電商案件共2,018起，中國企業作為被告的案件1,782起，佔比88.3%。中國企業在美涉及跨境電商商標訴訟及專利訴訟案件數量分別合共1,447起及685起。

- **海外合規服務普遍存在高成本與低效率問題。**大量海外跨境電商服務商仍高度依賴人工操作，導致響應周期長、人工判斷易出錯、手動數據處理效率低、專業能力不足、合規數據管理鬆散等核心痛點，且其收費水平普遍高於中國市場，對以中小規模賣家為主體的跨境出口群體而言，難以滿足快速迭代的業務需求並顯著抬升整體合規成本。
- **產品合規複雜性持續提升。**跨境電商賣家的合規需求正由單一平台向多平台擴展，同時合規維度正由店鋪層面逐步轉向產品層面，這需要一種覆蓋整個產品生命周期的系統性方法。例如，根據灼識諮詢的資料，2025年亞馬遜平台的活躍賣家數量達到約1.7百萬，上架銷售的產品超過350百萬件，這意味著亞馬遜平台每位賣家平均有超過200件產品待售。這給賣家帶來了巨大的運營壓力，因為彼等需要同時對數量日益增多的產品進行合規管理。

產業鏈

跨境電商合規服務行業產業鏈以服務商為核心樞紐，連接起跨境電商賣家與各類電商平台以及監管機構。賣家分為兩大類，包括跨境電商平台賣家（亞馬遜等第三方平台賣家）及獨立站點賣家（如擁有自有電商站點的品牌商）。賣家會向合規服務商提出需求並提交相關業務材料，服務商則會依靠智能化平台及專業團隊審核材料內容。審核通過後，服務商向相關機構及要求方提交資料，並收取官方的受理回執、證書等關鍵文件，最終返還給跨境電商賣家。

商業模式及變現模式

跨境電商合規提供商可按境外合作深度劃分為合作、合營與自營三類模式。大部分合規服務商採用合作模式，與境外事務所建立業務合作關係，委託給境外合作方完成本地申報。合營模式通過入股或合資方式與境外事務所形成利益共同體。自營模式則通過在目標市場直接設立自有服務機構，組建專業團隊。

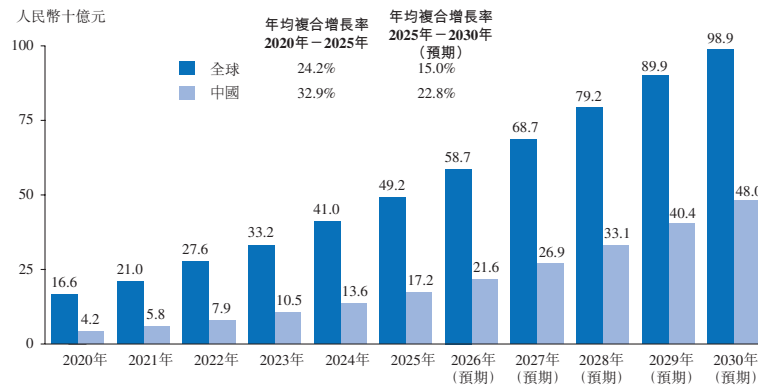
跨境電商合規服務提供商的變現模式主要有：周期性訂閱，收取固定的長期服務費，如年度增值稅申報，為賣家提供持續的合規服務託管；單次服務購買，按照具體服務事項收費，如單次商標註冊收費、單次增值稅註冊；專業服務費，根據客戶的定制化需求提供專項解決方案並收取相應服務費用。

市場規模

2025年全球跨境電商合規服務市場規模達人民幣492億元，其中中國市場佔比約35.0%，市場規模達人民幣172億元。預計全球跨境電商合規服務市場未來五年年均複合增長率達15.0%，2030年市場規模達人民幣989億元，其中中國市場預計佔比約48.6%，市場規模達人民幣480億元。

行業概覽

全球及中國跨境電商合規服務市場規模，以銷售額計，2020年-2030年（預期）

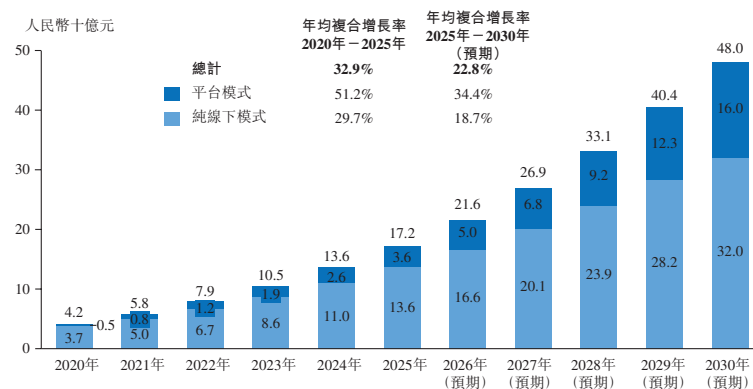


資料來源：中國國家統計局、國家市場監督管理總局、灼識諮詢

從服務及交付形式看，中國跨境電商合規服務行業正逐步從早期的線下人工代理服務模式走向平台模式，平台模式指透過線上平台處理及交付之服務，並日益演變為由AI賦能的智能化平台。平台模式通過流程標準化與自動化大幅降低賣家的合規人工成本投入，並實現服務精準度與效率的躍升；頭部企業通過API直連、機器人流程自動化(RPA)、多語言OCR識別、信件自動化處理等技術突破點進一步降本增效。在此基礎上，AI智能體應用於各項核心服務場景，包括合規狀況核查、發票識別、商標命名、會計及報稅，以及智能翻譯，支持高準確度任務執行，並透過持續優化不斷提升表現，從而實現跨境電商合規服務全鏈路智能化升級。

中國跨境電商合規平台市場的市場規模由2020年的人民幣5億元增長至2025年的人民幣36億元，期間年均複合增長率為51.2%，預計未來五年年均複合增長率為34.4%，市場規模將在2030年達人民幣160億元。中國跨境電商合規市場的平台滲透率將從2025年的21.2%增長至2030年的33.4%。

中國跨境電商合規服務市場規模，按商業模式劃分，以銷售額計，2020年-2030年（預期）



資料來源：灼識諮詢

行業概覽

預計2030年中國及全球跨境電商賣家數量將分別達到約2.6百萬家及4.4百萬家。假設合規服務滲透率達100%，並計及按服務類別劃分的過往行業平均服務費，以及賣家所使用合規服務類別的預期擴展，中國及全球跨境電商合規服務的每名賣家平均服務費估計將分別接近人民幣55,000元及超過人民幣60,000元。據此，中國及全球跨境電商合規服務的總潛在市場規模於2030年可分別達到人民幣1,410億元及人民幣2,673億元。

驅動因素及未來發展趨勢

跨境電商合規服務行業的主要驅動因素及未來發展趨勢如下：

- **全球跨境電商快速發展。**全球跨境電商市場規模持續擴大，線上消費需求不斷增強。以中國市場為例，隨著「中國製造」、「中國品牌」在海外消費者心中的認知不斷增強，以及電商產業的愈趨成熟化，跨境電商交易額保持高速增長。2025年中國跨境電商市場規模達人民幣5.1萬億元，並預計在2025至2030年間實現12.8%的年均複合增長率，於2030年達到人民幣9.3萬億元，進一步推動合規需求的增長。
- **跨境電商目標區域政策趨嚴且不同司法轄區迥異。**賣家可能面臨多個司法轄區的合規義務，且這些要求會頻繁更新。這給賣家帶來了顯著痛點，如合規成本高企、信息壁壘森嚴。因此，企業正從激進擴張模式轉向精細化合規運營模式。合規服務供應商的人工智能能力正日益嵌入至政策監察、監管解讀、合規匹配及義務識別等環節，使海外賣家能更高效地識別及履行適用的監管要求，同時降低合規成本與運營風險。
- **賣家客戶群體持續擴展。**跨境電商合規服務將不斷滲透進入更多的賣家客戶群體，包括目標國家市場的多元化和行業的多元化等。同時，目前跨境電商合規服務行業的主要客戶主要是本國賣家客戶，未來將拓展到全球賣家。
- **合規服務拓展。**一方面，合規服務提供商正在拓展在傳統電商平台、社交電商平台及獨立站點的影響力，以解決客戶的合規性需求。另一方面，合規正從店鋪級轉向產品級，隨著對一站式平台的需求不斷增長，以滿足日益多樣化的合規性要求。這一趨勢有望增強客戶黏性，將合規服務商定位為一站式跨境電商合規基礎設施建設者。
- **AI驅動合規平台的智能化升級。**隨著跨境電商賣家需求的複雜化，合規平台將在由AI廣泛應用所支持的生態系統內，朝著更高智能化、更具垂直化能力及更以結果為導向的交付模式演進。透過在整個合規服務工作流程中部署AI智能體網絡及智能體框架，平台可協調資源，為賣家多平台及多產品的合規需求快速制定精確的執行計劃。此外，利用直接的API集成及實時政策追蹤持續更新合規規則，AI智能體能迅速配合全球監管機構及電商平台不斷變化的要求，幫助賣家高效核實並符合產品准入要求，從而緊跟全球跨境電商的快速擴張。因此，合規平台可由單點工具演變為嵌入賣家業務流程的一站式平台模式。隨著對先進信息技術的持續投資，預期該行業將繼續其智能化發展，這或會進一步提升客戶、供應商及服務商的效率並優化成本。

行業概覽

行業挑戰

跨境電商合規服務行業快速發展的同時仍然面臨挑戰，主要有：

- **國際貿易政策環境多變。**全球市場的監管政策呈現高頻更新與區域分化特徵。政策的不確定性迫使合規服務商必須建立全球政策動態監測體系，以幫助客戶應對可能出現的稅務申報重構、產品認證更新等連鎖反應，任何政策響應的滯後都會給客戶帶來極大的運營風險。
- **電商平台加大監察和處罰力度。**跨境電商平台為了配合各國政府的政策，也不斷加大對於賣家的審查力度，通過建立更嚴格的機制，將合規審查前置化與精細化。以亞馬遜為例，自2025年7月13日起，平台要求賣家提交的商品合規性檢測報告必須來源於其官方認可的實驗室。賣家必須在短時間內完成檢查所有自身提交的報告甚至重新提交審核，保證商品不被下架影響正常運營。合規服務商需幫助客戶建立全鏈路合規體系並且快速響應，才能保持穩健經營。
- **技術與數據管理能力要求高。**隨著全球數據隱私法規的全面實施，合規服務商必須構建更高級別的數據安全防護體系，比如需通過ISO 27701等國際標準認證，以及應用雲加密、防火牆等技術，確保全天候數據安全零丟失。同時，需要進行多方面調研對接各國官方系統與平台數據接口。技術需要不斷提升和演進，以適配不同的接口技術方式。

AI對全球及中國跨境電商合規服務行業的影響

AI智能體及底層技術基礎設施

AI智能體為具備自主感知、記憶、決策、互動及執行能力的智能系統，並代表AI產品及服務的重要形態。AI智能體基於用戶輸入統籌整個端到端工作流程，無縫協調意圖理解、步驟規劃、智能調度、安全控制及最終結果交付。參考中國信息通信研究院提出的AI智能體成熟度框架，基於互動方式、自主程度及任務複雜度，AI應用可分為L1至L5五個級別。該等級別一般涵蓋L1基礎智能（主要透過傳統內置AI軟件支持低複雜度及重複性任務）至L5超級智能（具備自主迭代、自主學習及自主完成未知跨領域任務的能力）。支持AI智能體的主要基礎設施能力通常包括：(i)感知及推理能力。基礎模型（包括LLM（大語言模型）及多模態模型）提供自然語言理解、多模態感知、推理、規劃及生成能力；(ii)規劃及執行能力。複雜業務工作流程可被拆解為可執行步驟，並封裝為可重複使用的AI賦能能力，而排程任務及基於規則的觸發機制可支持經常性監測、信息獲取、狀態更新及提示；(iii)知識及智能協調能力。智能協調能力使AI智能體能夠協調智能體技能、API（應用程序編程接口）、RPA（機器人流程自動化）及企業系統，而特定領域知識及記憶提供上下文信息及執行細節，以高精度度地支持複雜工作流程；及(iv)安全控制及結果交付能力。AI智能體於整個執行過程中實施多層防護機制，以確保操作安全，並交付可靠且可追溯的結果。此外，用戶反饋、重試機制及端到端審計軌跡會持續優化工作流程，以改善未來的交付。

行業概覽

跨境電商合規服務中的AI智能體

跨境電商合規服務特點為複雜度高、知識密集度高、以成果為導向的交付，且對監管專業知識及服務聲譽的要求高。由於服務交付通常涉及跨多個環節的協調流程，包括需求評估及服務匹配、供應商協調及報價（如適用）、文件處理及提交以及提交後追蹤與結果交付，因此領先的服務商建立了強大的企業級AI能力及統一的智能體框架，以大幅提升營運效率、擴大競爭優勢並捕捉新的市場增長。在此框架下，對外方面，領先的服務商通常提供單一的統一介面以簡化用戶旅程，使賣家能夠輕鬆提交請求、識別合規責任並獲取結果。對內方面，領先的服務商部署企業級AI智能體網絡，以推動核心業務場景（包括監管監控、產品開發、供應商尋源、文件審閱、申報文件生成、異常處理及進度追蹤）的無縫協調及端到端自動化。跨境電商合規服務行業中具代表性的AI應用場景包括：

- **信息處理及合規工作流程自動化。**透過不斷掃描更新的監管政策，AI智能體有助於構建特定領域的知識庫，詮釋不同平台、國家及產品類別的合規要求。基於該等見解，AI智能體能夠對合規文件進行提取、分類、驗證及結構化處理，以供下游合規工作流程使用，同時實現經常性及基於規則的合規工作流程（如稅務計算、申報準備、服務訂單審閱、EPR註冊及產品合規提交）自動化。例如，在稅務申報場景中，AI智能體可識別與可扣稅項目相關的發票資料，自動提取關鍵數據並填入相關的申報欄位。此等應用支持稅務申報工作流程的標準化，減少對人手輸入數據的依賴，並使服務供應商能夠提供具備更高可追溯性及可靠性的申報服務。
- **業務拓展及決策支持。**合規服務商必須持續監察監管變動、市場需求及競爭動態，以識別新的服務機遇並評估其商業可行性。AI智能體網絡有助於系統性地加快監管研究、供應商梳理及初步可行性分析。例如，在擴展全球EPR合規服務時，尤其是涉及歐盟、美國及加拿大等複雜的司法轄區，服務商可部署專門的AI智能體，以協助進行監管研究、供應商查詢及初步服務可行性分析，且在選定的應用案例中，已縮短新合規服務研究及文件整理的時間。該等應用有助於銷售團隊更快速地回應客戶要求，減少因服務範圍缺口而導致的潛在訂單流失，並支持服務商擴展在不同市場、平台及合規類別的覆蓋範圍。

全球及中國跨境電商合規服務行業的競爭格局

競爭格局

根據灼識諮詢報告，全球及中國跨境電商合規服務行業競爭格局較為分散，行業前五企業的合計市佔率分別約為4.4%與7.8%。本公司是全球及中國最大的跨境電商合規服務提供商，分別有1.7%及4.6%的市佔率（按2025年銷售額計）。在中國跨境電商合規服務市場中，本公司2025年銷售額超過第2至第8名總和。於按平台模式營運的服務提供商中，本公司亦在中國跨境電商合規平台市場中位列第一，市佔率為21.5%（以2025年銷售額計）。

行業概覽

2025年全球跨境電商合規服務市場銷售額排名及市佔率

排名	企業名稱	2025年銷售額 (以人民幣億元計)	2025年市佔率
1...	本公司	8.2	1.7%
2...	公司A	4.9	1.0%
3...	公司B	3.7	0.7%
4...	公司C	2.6	0.5%
5...	公司D	2.0	0.4%

資料來源：灼識諮詢

附註：

公司A是一家成立於2004年的私營企業，總部位於美國華盛頓，主要提供跨境電商合規服務。

公司B是一家成立於2012年的私營企業，總部位於英國南安普頓，主要提供跨境電商合規與物流服務。

公司C是一家成立於2018年的私營企業，總部位於匈牙利布達佩斯，主要提供跨境電商合規服務。

公司D是一家成立於2017年的私營企業，總部位於中國深圳，主要提供跨境電商合規服務。

2025年中國跨境電商合規服務市場銷售額排名及市佔率

排名	企業名稱	2025年銷售額 (以人民幣億元計)	2025年市佔率
1...	本公司	7.8	4.6%
2...	公司D	2.0	1.2%
3...	公司E	1.6	0.9%
4...	公司F	1.0	0.6%
5...	公司G	1.0	0.6%

資料來源：灼識諮詢

附註：

公司D是一家成立於2017年的私營企業，總部位於中國深圳，主要提供跨境電商合規服務。

公司E是一家成立於2007年的私營企業，總部位於英國曼徹斯特，主要提供跨境電商合規與倉儲物流服務。

公司F是一家成立於2013年的私營企業，總部位於中國深圳，主要提供跨境電商合規、倉儲物流與跨境保險服務。

公司G是一家成立於2008年的私營企業，總部位於英國倫敦，主要提供跨境電商合規服務。

關鍵成功因素

中國跨境電商合規服務行業具有較高的准入門檻，關鍵成功因素主要有：

- 一站式合規服務能力。跨境電商賣家面臨跨多個平台、司法轄區、產品類型及合規類別(包括稅務、環保合規、產品測試與認證以及知識產權保護)的複雜合規要求。具備廣泛服務覆蓋範圍及綜合履約能力的領先服務商更具優勢提供一站式合規服務，使賣家能夠透過單一平台管理跨國、跨平台及跨產品的合規需求。隨著合規要求由店鋪層面擴展至產品層面，且賣家在其業務營運中需要更全面的支援，該等能力日益重要。

行業概覽

- **企業級AI能力。**具備大規模服務經驗、完善技術基礎設施及行業專門知識沉澱的領先服務商，更具優勢透過AI智能體網絡及智能體框架建立企業級AI能力。對內方面，其能夠支持自動化的任務分解、文件處理、工作流程執行、異常處理及進度追蹤，使服務商能夠以更高的標準化程度及可擴展性處理更複雜的場景及龐大的訂單量。對外方面，面向客戶的AI智能體介面提供高度簡化的用戶體驗，使賣家能夠透過簡單互動輕鬆提交請求、識別合規責任及追蹤進度。透過將零散的合規任務轉化為協調、可追溯及以結果為導向的工作流程，具備該等企業級AI能力的服務商可大幅提升營運效率、加快交付並鞏固其長期競爭優勢。
- **良好的客戶口碑及較強的客戶積累能力。**中國跨境電商合規服務市場尚處在發展中，具備良好市場聲譽的服務商更有可能獲得客戶信任並實現持續的獲客。隨著合規服務更深入地嵌入賣家的業務流程，保留歷史合規記錄、文件提交數據及工作流程記錄的服務商能夠更好地支持賣家的服務連續性。賣家亦可能面臨與系統適配、數據遷移及進行中合規事項連續性相關的較高轉換成本。因此，良好的客戶聲譽及強大的積累能力有助降低獲客成本，提升客戶黏性並支持長期複購。
- **卓越的客戶服務質量及交付可靠性。**中國跨境電商賣家愈發重視合規服務的質量及可靠性，包括響應速度、申請成功率及合規覆蓋範圍等多項指標。相較於小型競爭者，領先服務商專注於客戶需求，助力客戶以更高的效率、更具可預測性的服務交付及更低的成本實現海外合規。因此，頭部服務商通常具有更高的客戶黏性與複購率。
- **海外供應端資源、聯繫及資質方面的長期優勢。**部分領先的合規服務商已於該行業深耕多年，積累眾多海外資源，包括本地服務團隊、專業合作夥伴、供應商網絡以及主要目標市場的相關資質。彼等可透過API集成，直接高效對接到地區合規資源、稅務機關、其他監管機構及主要電商平台，從而減少人工干預，提高數據準確性及可追溯性，並縮短服務交付周期。新進入者難以於短時間內積累足夠的海外資源、聯繫及資質。

行業資料來源

我們聘請獨立市場研究顧問灼識諮詢對全球及中國跨境電商合規服務行業進行分析並撰寫報告，以用於本文件，費用為人民幣614,800元。灼識諮詢根據政府機構及非政府組織發佈的數據以及其一手及二手研究撰寫報告。灼識諮詢使用不同資源進行一手及二手研究。一手研究涉及與主要行業專家及具領先地位的行業參與者進行訪談。二手研究涉及對多個可公開查閱的數據來源的數據進行分析。

灼識諮詢報告所載的預測及假設在本質上存在不確定性，因為無法合理預見的事件或事件組合，包括（但不限於）政府、消費者、競爭對手及其他第三方的行動。可能導致實際結果出現重大差異的具體因素包括（其中包括）即跨境電商合規服務市場固有的風險、社會及經濟因素、供應風險、監管風險及環境問題、勞動風險、融資風險、不可抗力或不可預見的事件。除另有說明外，本節所載所有數據及預測均源自灼識諮詢報告。我們的董事於作出合理審慎的考慮後確認，自灼識諮詢報告日期起，整體市場資料並無出現可對該等資料構成重大限制、相抵觸或影響的重大不利變動。