

中国出海服务商应用图谱

2026H1

易观分析
2026年3月

出海服务商为中国企业出海提供不可或缺的效率与安全保障

- 在国内市场竞争日趋激烈、行业增长逐步进入存量阶段的背景下，出海已成为中国企业突破增长瓶颈的重要路径。而海外市场在政策、法规、文化、渠道等方面与国内差异巨大，企业独自探索往往周期长、风险高、成本不可控。出海服务商凭借成熟的本地化经验、资源网络和标准化服务体系，能够帮助企业快速完成市场调研、资质办理、渠道对接等关键环节，大幅缩短从决策到落地的时间，减少盲目试错，让企业以更低成本、更高效率进入海外市场。
- 为此，易观分析特推出《中国出海服务商应用图谱》，通过盘点不同行业的优质出海服务商，以期为中国企业出海提供更多的供应商选择。本图谱将半年度进行更新，以更好地满足中国企业的出海需求。



出海服务商应用价值与场景

面向消费者

核心价值是链接优质全球供给与消费者，降低沟通门槛与使用障碍，让用户享受到更丰富、更可靠、更划算的商品与服务，提升品牌价值。

购物与履约体验	支付与信任	售后与服务	数字服务与内容
<ul style="list-style-type: none">从跨境电商购买中国商品，全程可追踪物流支持本地语言、本地货币显示就近海外仓发货，更快收货	<ul style="list-style-type: none">用本国常用支付方式（信用卡、电子钱包）付款正规清关、正品保障，减少假货风险明确税费，无隐形收费	<ul style="list-style-type: none">本地退换货、本地维修中心母语客服，沟通无障碍订单问题快速响应、纠纷处理	<ul style="list-style-type: none">使用中国出海 App（工具、社交、文娱）稳定流畅的网络与服务体验符合当地法规的安全使用环境

面向企业/商家

核心价值是为企业构建全球化的基础设施，帮助企业从0到1出海，覆盖合规—供应链—支付—运营—增长全链路场景，提升企业出海成功率。

市场进入与合规	跨境供应链与物流	跨境支付与资金	本土化运营	渠道与增长	技术与工具
<ul style="list-style-type: none">海外公司注册、资质申请、税务合规数据合规（GDPR、CCPA等）、本地法务咨询跨境资质、海关备案、产品认证	<ul style="list-style-type: none">国际快递、专线物流、海外仓备货清关报关、关税测算、多口岸履约退换货逆向物流解决方案	<ul style="list-style-type: none">多币种收款、结汇、提现跨境收单、信用卡/本地钱包支付接入汇率风险管理、分账结算	<ul style="list-style-type: none">多语言翻译、本地化内容优化本地客服、呼叫中心、售后支持海外社交媒体、KOL、广告代运营	<ul style="list-style-type: none">入驻亚马逊、Temu、SHEIN、TikTok Shop等平台独立站搭建、流量投放、数据分析本地分销、渠道对接、线下拓展	<ul style="list-style-type: none">跨境 ERP、订单/库存/物流统一管理全球 CDN、加速、云服务风控、反欺诈、账号安全

出海服务商应用图谱1.0

核心运营

品牌&营销

广告代理



内容与社媒运营



GEO



联盟与效果营销



跨境电商运营

平台代运营



独立站搭建运营



选品与供应链优化



直播电商代运营



线下渠道拓展



运营素材&工具



跨境物流

专线运输



海外仓储管理



同城配送



特殊品类履约

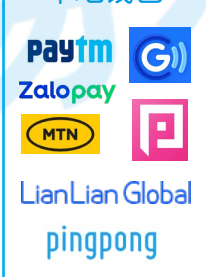


金融支付

跨境支付



本地钱包



金融科技



支持保障

售后与客服运营



云服务



海外合规&认证



人力资源服务



咨询服务



市场研究



内容风控



传播



排名不分先后, 本图谱持续更新

品牌&营销

广告代理

国际4A



本土企业



内容与社媒运营

短视频



红人营销



B2B



GEO

综合型



垂类



工具类



联盟与效果营销



出海企业品牌及营销业务发展现状：

- **渠道结构重构**：线上“独立站+多平台”矩阵成型，独立站占比提升，线下渠道加速渗透，海外仓与本地履约成信任基石，但全域数据打通率较低，渠道孤岛问题突出。
- **营销重心转移**：从“砸钱买量”转向**信任建设与内容深耕**，跨文化营销、数字化运营、售后支持成核心能力短板；B2B 领域更强调专业背书与长期信任关系。
- **市场格局分化**：头部品牌完成全球化蜕变，定义品类标准；中腰部企业深陷价格战与本土化困境，信任壁垒仍是最大挑战。
- **新兴市场崛起**：东南亚、拉美、中东成增长引擎，TikTok Shop 等社交电商爆发，但竞争快速白热化，区域精细化运营成必需。

出海企业品牌及营销业务发展趋势：

- **AI 全域赋能**：AI 成为营销基础设施，深度渗透创意生成、智能投放、用户洞察、内容本地化全链路，效率与精准度指数级提升。
- **本地化深度融合**：从语言翻译升级为文化共鸣、价值观适配，本地团队、本地供应链、本地内容三位一体，区域化策略取代一刀切。
- **全域数据与体验统一**：打通线上线下、公域私域数据，构建统一用户画像，实现全渠道一致体验与精准归因。
- **红人/伙伴营销体系化**：从单次合作转向长期共创，构建“头部曝光 + 中腰部转化 + 素人裂变”的分层矩阵，成为增长标配。

跨境电商运营

平台代运营



独立站搭建运营



选品与供应链优化



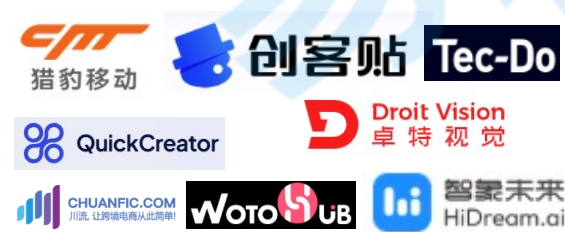
直播电商代运营



线下渠道拓展



运营素材&工具



出海企业跨境电商运营业务发展现状：

- 从人力代运营转向 AI 技术驱动：服务从依赖人工操作，升级为 AI 覆盖选品、内容、广告、客服的全链路智能化，效率与规模化能力大幅提升。
- 从单一平台拓展至多平台全域运营：不再只做亚马逊或 TikTok，转向多平台 + 独立站 + 社媒电商的全域布局，帮客户分散风险、实现全域增长。
- 从简单服务费走向效果化、深度协同：收费模式更偏向佣金、ROI 分成，服务深度介入供应链、本地化与合规，从代运营变成品牌出海的增长伙伴。
- 能力更加深入：从简单代运营升级为包含本地化、合规风控、供应链协同在内的全链路增长服务。

出海企业跨境电商运营业务发展趋势：

- 全域化运营成为标配：服务商从单一平台运营，全面拓展为“多主流平台 + 区域特色平台 + 独立站 + 社媒电商”的全域布局，打通各渠道数据壁垒，构建流量闭环。
- 本地化与合规化深度绑定：加速深耕新兴市场，推进内容、客服、履约的本地化落地，适配不同区域的文化与消费习惯；随着全球数据隐私、税务、产品认证等法规趋严，合规服务成为核心竞争力。
- 行业整合加剧，头部集中化凸显：头部服务商借助资本、技术优势，通过并购、投资等方式扩大规模、补齐能力短板；中小服务商则面临生存挤压，被迫向垂直品类、特色区域、细分服务转型。

跨境物流

专线运输



海外仓储管理



同城配送



特殊品类履约



出海企业跨境物流业务发展现状：

- **全链路一体化**：不再局限于单一干线运输，普遍提供头程集货+干线运输+清关+海外仓+末端配送+售后的“门到门”全链路服务。海外仓成为标配，提供一件代发、换标、质检、FBA 转运、本地退换等增值服务，实现“库存前置、本地履约”。
- **数字化深度赋能**：自研/集成TMS/WMS系统，实现轨迹实时追踪、节点预警、异常自动处理，客户可全程透明管控。开放 API 对接电商平台（亚马逊、独立站），实现一键下单、自动对账、库存同步。
- **合规与本地化**：合规能力刚需化，各国监管收紧，AEO 认证、双清包税、税务合规、敏感货（带电/带磁）资质成为准入门槛；在欧美、东南亚、中东等核心市场自建分公司/本地团队，深度对接海关、末端配送商。

出海企业跨境物流业务发展趋势：

- **供应链韧性升级**：多节点布局+多路径履约成标配。在核心市场布局“主仓+备用仓”，支持紧急调货；欧洲、北美、东南亚等区域化分拨中心加速建设，降低单一节点风险。
- **垂直与本地化深耕**：聚焦新能源汽车、大件家居、冷链生鲜、高价值 3C 等赛道，提供温控、保价、全程溯源、安装售后等高壁垒服务。东南亚、拉美、中东、非洲成为增长核心；头部企业自建本地团队、末端网络，推出双清包税、本土派送的经济型专线。
- **平台生态深度绑定**：与TikTok Shop、Temu、亚马逊等深度绑定，成为平台指定物流商，获取稳定订单与流量倾斜。承接托管业务，提供“平台仓+自有仓”组合履约，降低卖家运营成本。

金融支付

跨境支付

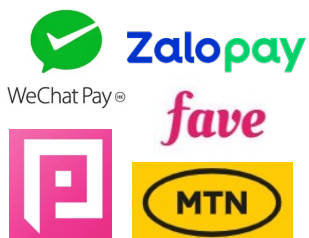


本地钱包

蚂蚁系



腾讯系



其他



金融科技



出海企业金融支付业务发展现状：

- **持牌出海与双合规**：以银行、持牌第三方支付、持牌清算机构为主，严格遵循外管局跨境支付牌照、海外当地支付 / 收单牌照、反洗钱、数据合规。同时满足中国监管与东道国金融监管，部分区域需本地法人与资本金要求。
- **本地账户+本地清算+本地合作**：提供海外本地收款账户，实现本地货币直接结算、秒级到账，大幅降低客户付款门槛与弃单率。在目标市场设实体团队，与当地银行、钱包、收单机构深度合作，解决清关、税务、资金回流等本地化难题。
- **场景深度绑定**：跨境电商场景提供收款→换汇→分账→提现→本地支付全链路，支持多店铺、多币种、多平台统一管理；服务制造业、新能源、工程出海，提供信用证、托收、跨境资金池、外汇套保、供应链金融；美团、滴滴、货拉拉出海，配套本地钱包、扫码支付、骑手结算、商户分账。

出海企业金融支付业务发展趋势：

- **清算底层重构**：CIPS 与货币桥成核心引擎。2026年2月1日新规落地，支持混合结算模式，预计直接参与者增至 220 家，覆盖 190 个国家，交易脱离 SWIFT 比例已达 70%。
- **市场与场景分化**：头部支付机构服务出海商户，直连平台，全托管模式倒逼支付与物流、资金流深度对齐。大宗商品、新能源、工程出海带动大额结算与供应链金融需求。
- **合规与风控**：中国侧跨境支付牌照+海外本地收单/电子货币牌照双持牌，合规成本攀升。AI反欺诈、地址验证、黑名单拦截全链路覆盖，数据分层存储与隐私增强技术成为标配。

一体化、智能化、本地化、生态协同将成为出海服务商的发展趋势

从单点工具走向全链路一体化服务

出海服务商正从提供物流、支付、营销等单一环节服务，转向覆盖市场调研、合规、运营、资金、售后的全链路一站式解决方案。企业更偏好“一家搞定”，服务商通过整合能力提升客单价与粘性，行业从分散走向集中，头部平台化趋势明显。

AI全面渗透，智能化成为标配能力

AI已从可选插件升级为核心生产力底座，广泛应用于智能选品、多语种客服、本地化内容生成、动态定价、供应链预测与风险管控。

本地化深度下沉，属地化服务成核心壁垒

服务商不再只做国内端支持，而是在海外建立本地团队、仓网、渠道与合规网络，提供贴近市场的落地服务。深度适配当地法律、税务、文化与消费习惯，从“代办”转向“陪跑”，本地化能力成为差异化竞争的关键壁垒。

生态化协同与专业化细分并行

一方面，服务商、平台、金融、律所、园区组团出海，形成协同生态，降低企业整体出海成本；另一方面，行业加速垂直细分，在大件物流、区域合规、品牌营销、产业带专属服务等领域涌现专精特新服务商，满足多元化、精细化需求。

激发科技与创新活力

易观分析



关注易观分析
获取更多报告

易观千帆



掌握数字经济
就用易观千帆

易观数字化



关注易观数字化
把握技术应用新趋势

易观分析社群



加入易观分析社群
与行业伙伴一同交流