

中国零售消费行业 生成式AI及数据应用研究报告

部门：云与AI组

©2025 iResearch Inc.

CONTENTS

目录

01 行业增长动能与趋势前瞻

02 生成式AI+数据应用全景

03 重点增长引擎应用实践

04 典型企业案例

附录 调研说明及被调研企业画像

01 / 行业增长动能与趋势前瞻

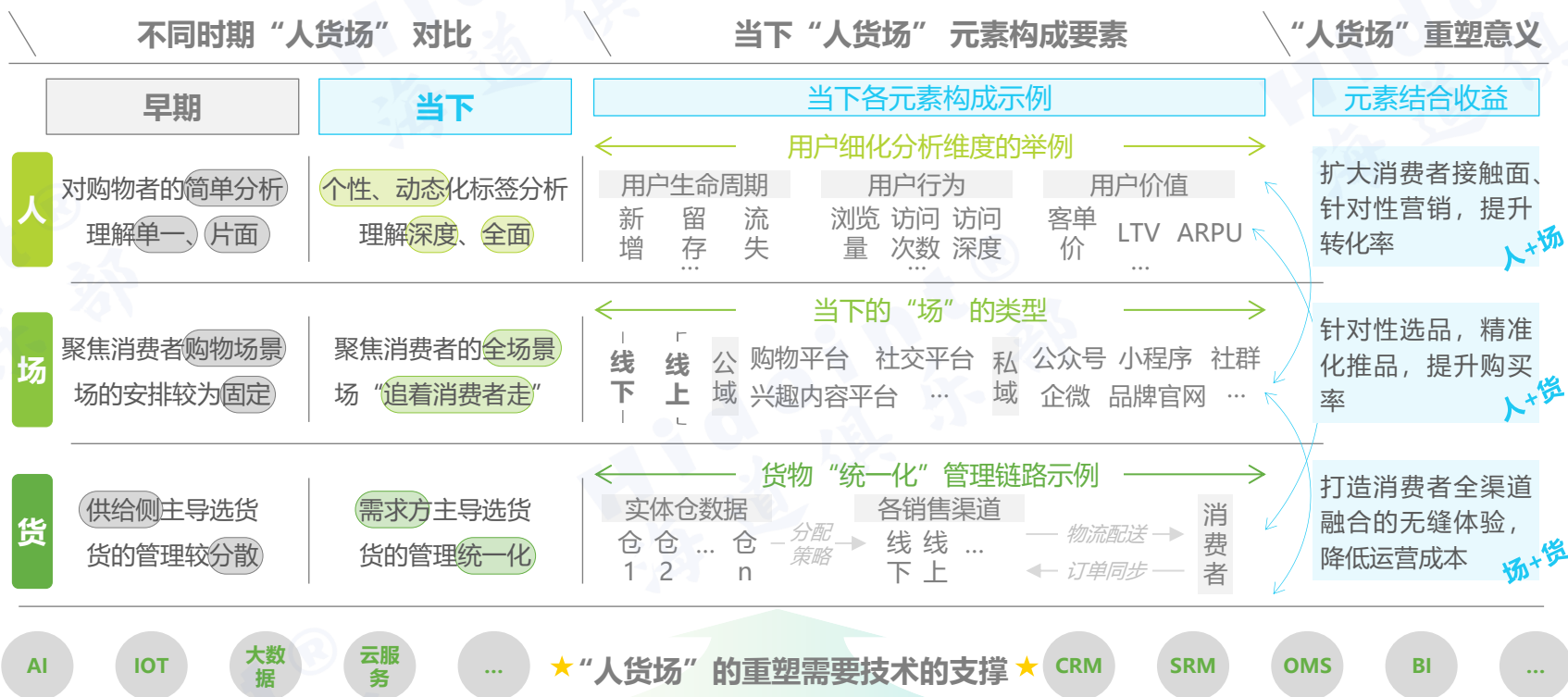
B a c k g r o u n d

零售消费由高速增长转向存量竞争

人货场数字化重构：围绕消费者全域延伸触点，精准匹配供需

早期市场红利期，需求侧动能强劲，企业可依托经济上行实现自然增长。随着市场竞争的加剧，企业亟需通过数字化技术与方法论重塑“人、货、场”，稳固既有流量池、提高销售转化率与库存周转率，持续降低运营成本。其中，精细化洞察消费者需求、扩展消费者触点、基于数据精准选品与推广等是实现人货场重塑的关键。

“人货场”重塑的概念详析



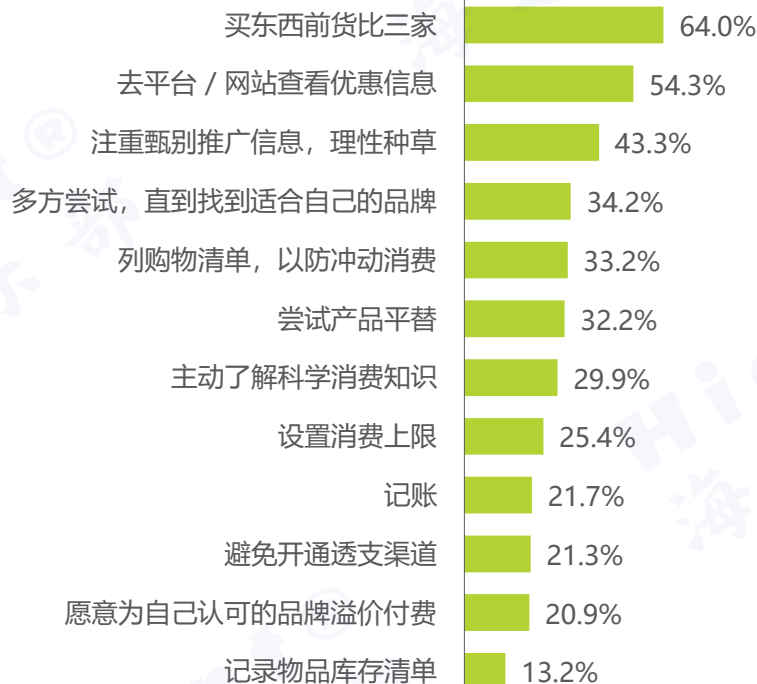
需求侧变革：以用户为中心

消费者购买理性与专业度上升，企业关注点由流量经济转向会员经济

后疫情时代，消费者回归理性，“流量为王”法则的效力大减。过去粗放的流量投放模式成本高且效果难保证，同时引流效果短暂，缺乏用户留存的长效机制。用户沉淀与单用户价值挖掘成为关键，企业需利用数字化手段赋能，构建更加精细的用户画像，通过精准洞察需求，将产品高效推送至高购买意愿用户，提升用户终身价值。

零售消费企业增长关注点迁移

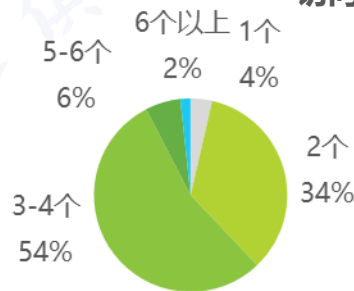
消费者为了理性消费采取的措施



流量经济向会员经济转变



会去非购物平台搜索产品信息及评价的消费者访问平台数量



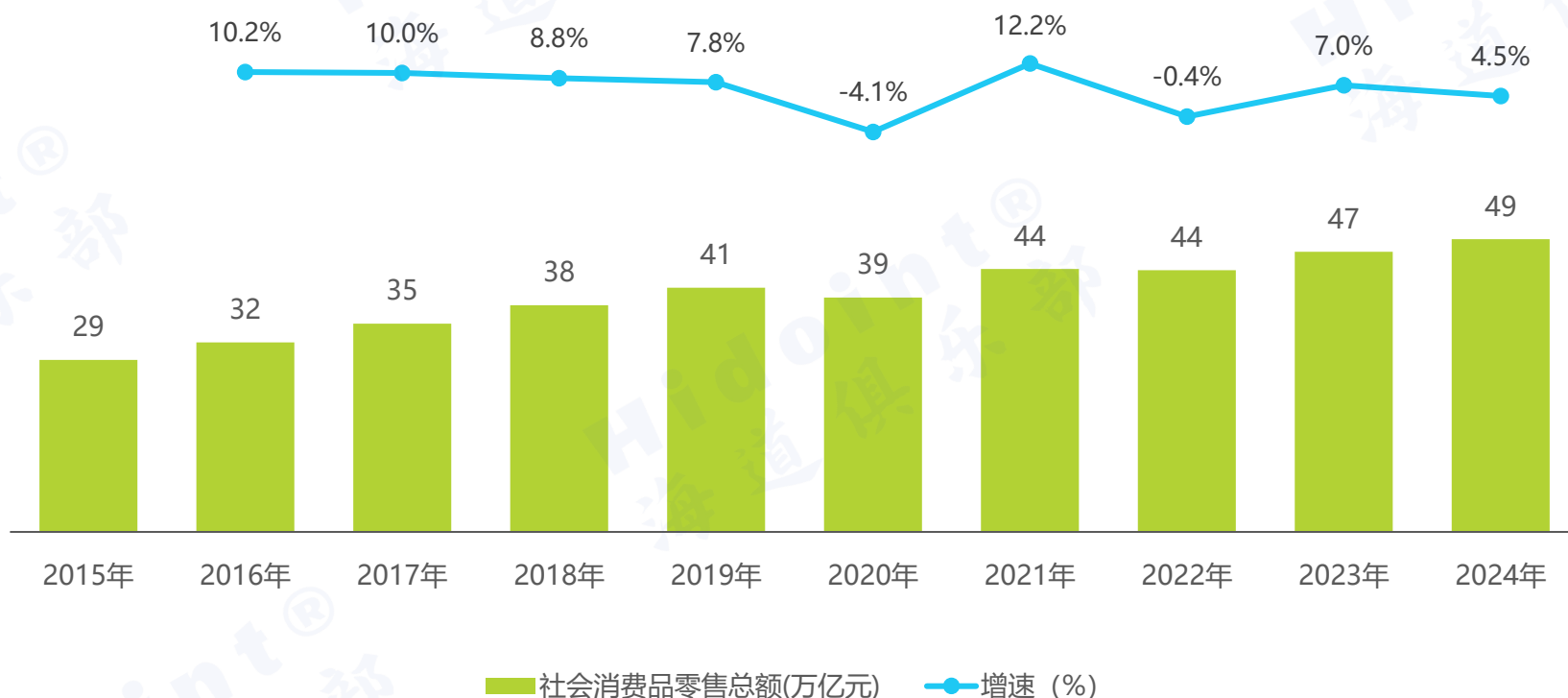
- 94.7%的消费者至少会去两个以上的平台获取信息
- 去3-4个平台获取信息的消费者占比最多，占比为54%

供给侧变革：存量增长博弈

数据要素价值显现，企业应把握大模型时代浪潮，抢占增长先机

2024年全国社会消费品零售总额约49万亿元，线上销售渠道占比持续提升。直播电商、社交营销等新业态不断涌现，线上线下融合加速推进，正带动零售消费行业的场景化升级。在此背景下，零售消费企业需构建高效的数据处理体系，以支撑全链路数字化整合，同时借助AI技术赋能精准获客与运营提效，在激烈的市场竞争中抢占增长先机。

2015年-2024年中国社会消费品零售总额及增长率



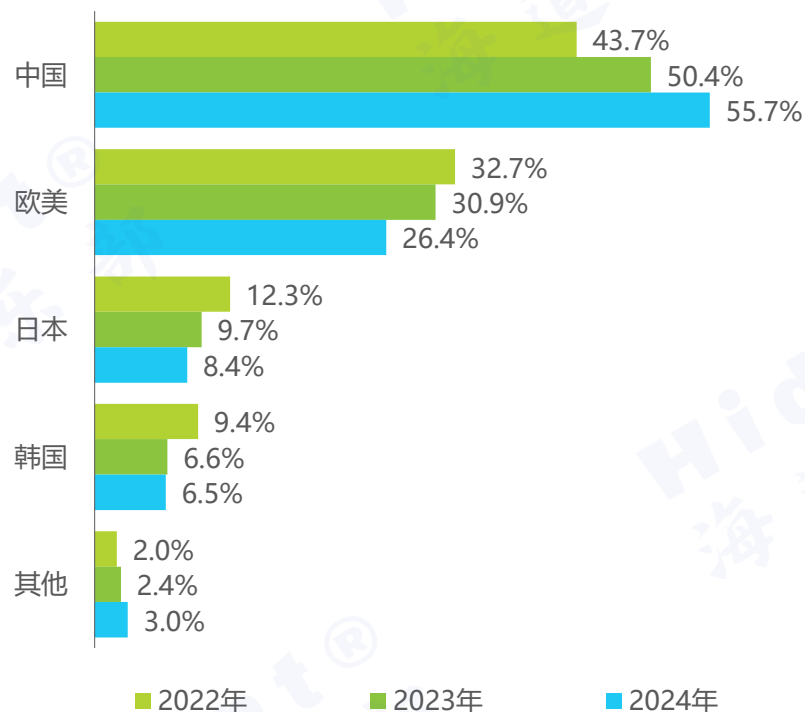
来源：国家统计局，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

零售消费细分领域-美妆行业

国货美妆利用营销创新和渠道革命占领用户心智，加速拓展海外市场

过去几年间，美妆国货品牌的市场份额快速增加，由2022年的43.7%增长至2024年的55.7%。国货品牌利用KOL测评与UGC内容种草快速占领用户心智，建立起短视频种草、直播转化、私域复购的营销闭环，超越外资品牌成为中国美妆市场的主导力量。与此同时，中国美妆品牌加速拓展东南亚、中东、欧洲等市场，在运用成熟的渠道和营销策略快速切入海外市场后，逐步加大品牌化营销力度，通过开设线下形象店、深化与本土KOL合作等方式增强品牌全球力。

2022-2024年中国及外资化妆品市场份额变化



2020-2024年中国美容化妆品及洗护用品出口总额及增速



注释：CS渠道指化妆品店，KA渠道指大型卖场。

来源：青眼情报《2024年中国化妆品年鉴》，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

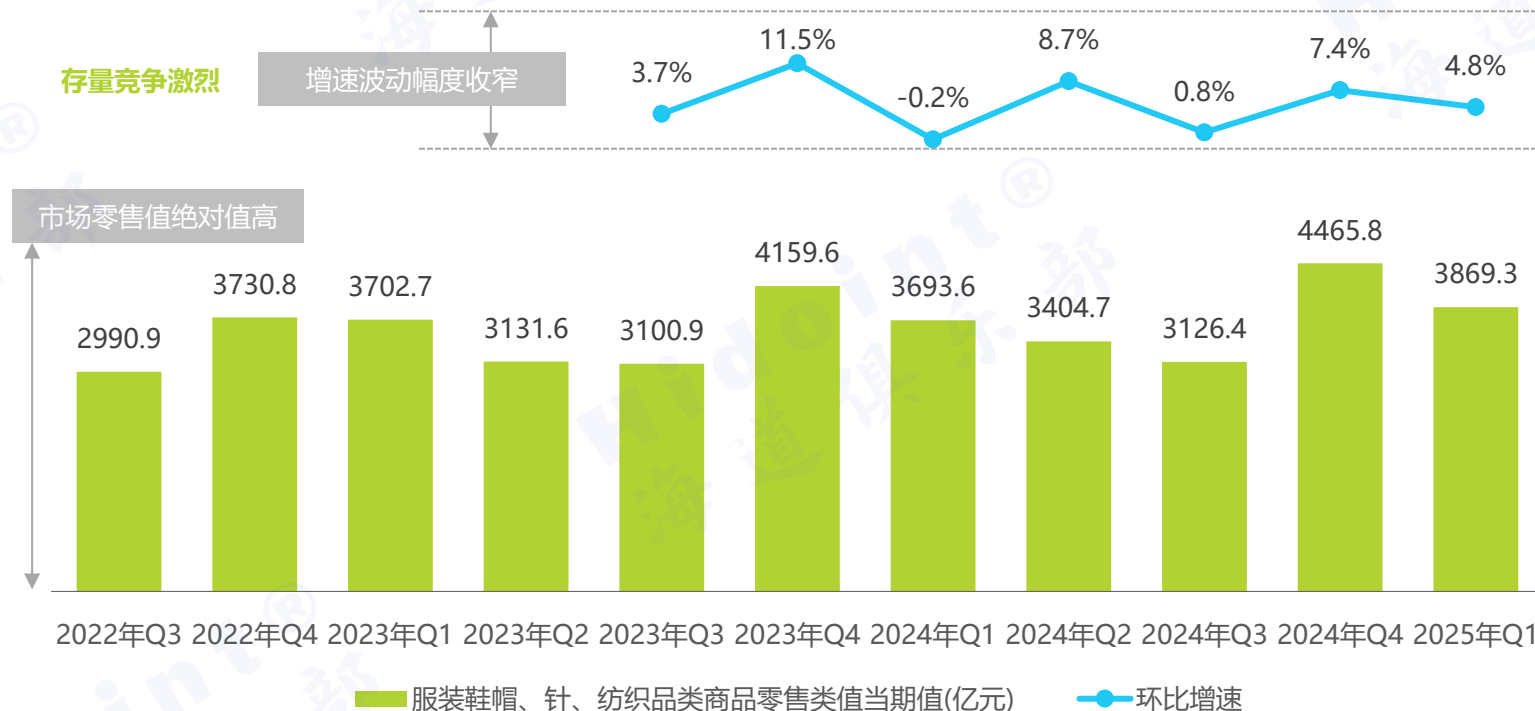
来源：海关总署，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

零售消费细分领域-鞋服行业

内卷式竞争严重，鞋服企业亟需构建自主产品研发力与品牌认知护城河

中国鞋服市场规模庞大但增速显著放缓，行业进入存量博弈阶段。在供应链高度成熟的背景下，市场呈现出典型的“速生速朽”特征：新兴消费趋势一旦形成，同质化商品便快速充斥渠道，导致企业难以通过快速跟风上架获得超额收益。领先企业开始通过产品研发前置与品牌价值观输出重塑竞争逻辑，即基于消费者情绪洞察与价值需求等因素开发差异化商品，并借力内容营销传递品牌文化，从而提升客户忠诚度与复购率。

2022.Q3-2025.Q1中国服装鞋帽、针、纺织品类商品零售类值



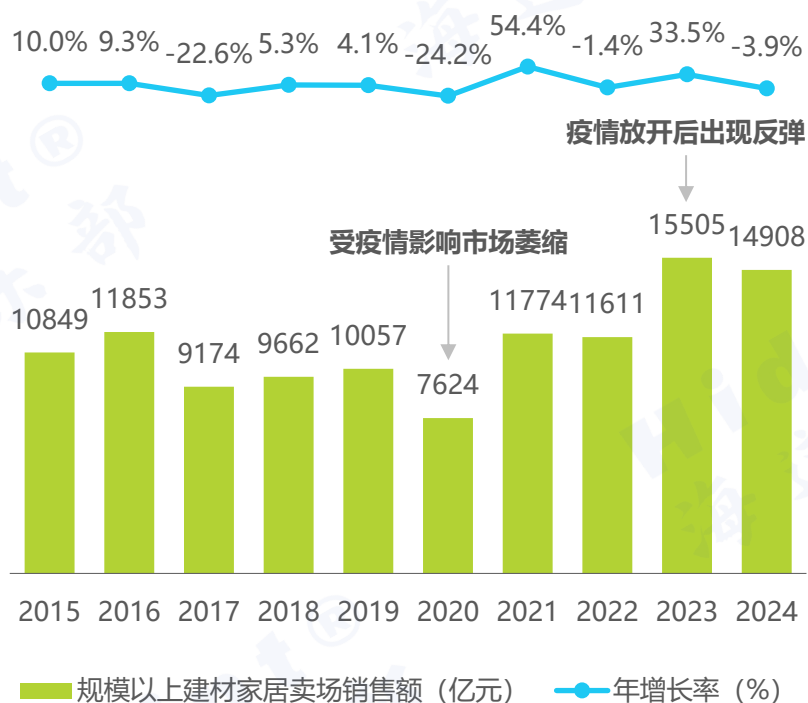
来源：国家统计局，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

零售消费细分领域-家居行业

国内市场进入以旧换新阶段，家居企业通过出海寻求第二增长曲线

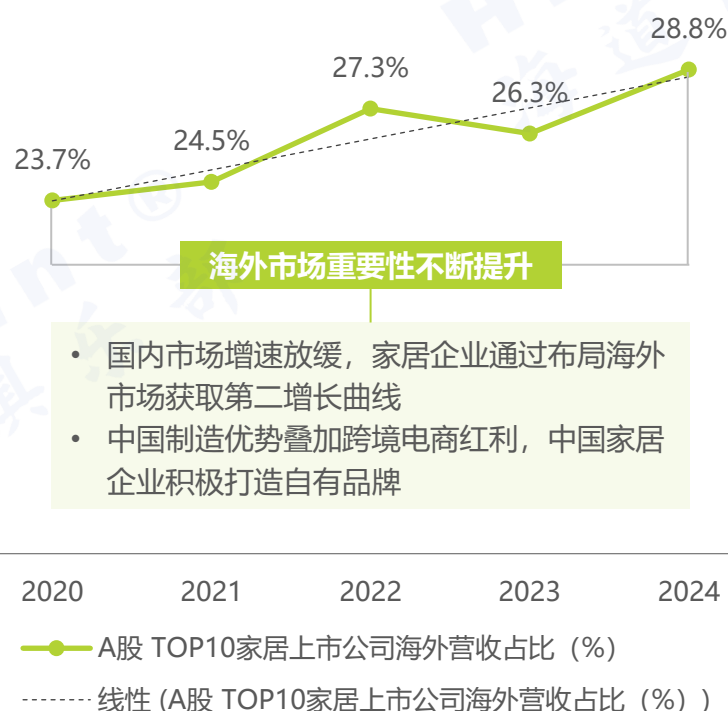
近年来中国家居行业受房地产周期和疫情影响波动频繁，房地产市场从增量开发转向存量优化阶段。在消费者体验升级的背景下，家居企业加速打造全渠道运营系统，通过构建线上流量池和线下服务体系，形成线上、线下闭环的营销体验。国内市场进入以旧换新阶段，家居企业积极挖掘海外市场增长潜力。与过去代工模式的出海不同，家居出海愈发关于建设海外自有品牌，通过产品、渠道和品牌整体建设增加全球影响力。

2015-2024年中国建材家居市场规模及增速



来源：中国建材流通协会，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

2020-2024年中国TOP10家居上市公司海外营收占比



来源：上市公司年报，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

02 / 生成式AI+数据应用全景

O v e r v i e w

生成式AI与数据治理双向赋能

数据质量是生成式AI落地的关键痛点，两者协同实现AI价值最大化

生成式AI的应用潜力高度依赖于高质量、安全合规的数据基础，而数据治理正是构建这一基础的关键。反过来，生成式AI本身又有助于提升数据治理流程的效率和质量。同时具备强大数据治理能力和生成式AI能力的厂商，能够提供端到端的解决方案，帮助零售消费企业更好地落地生成式AI应用，实现价值的最大化。

生成式AI与数据治理的双向赋能关系

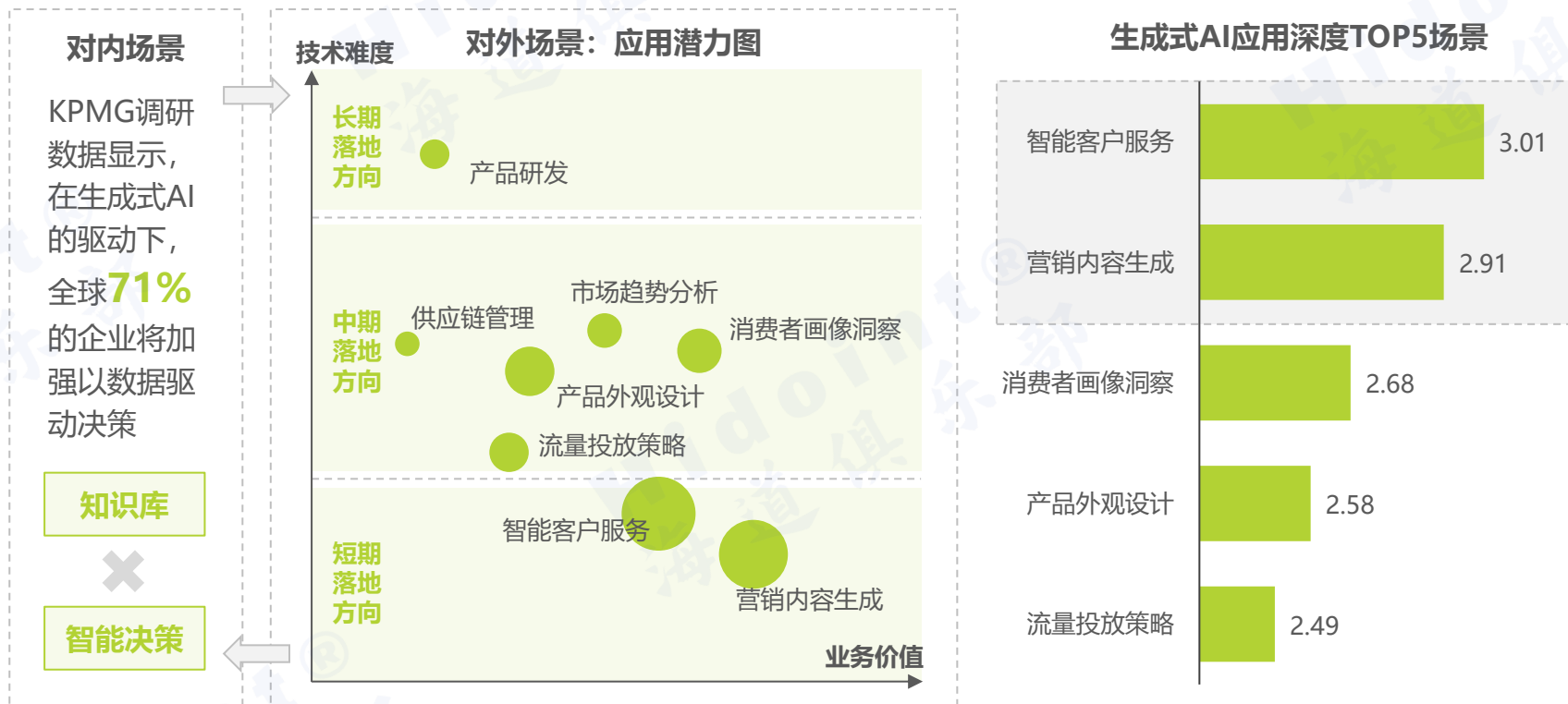


生成式AI+数据赋能零售消费增长

71%的企业将加强数据驱动决策，生成式AI率先在营销客服类场景落地

由于生成式AI在语言理解、内容创意和动态交互方面的突出优势，生成式AI与数据率先在直连消费者的前端营销客服类场景率先落地。在偏向中后端的产品研发与设计、供应链管理及市场洞察类场景中，生成式AI与数据的价值更依赖于企业知识库的支撑，通过盘活数据资产，结合AI Agent应用将能够促进内部决策的自动化、智能化。

零售消费行业生成式AI+数据应用场景总览



注释：1) KPMG调研数据来自KPMG《GenAI Survey 2024》，Q：生成式AI如何影响您组织的商业模式？。2) 对外场景应用潜力调研：① N=90，于2025年6月通过线上调研获得；② Q：请对以下生成式AI与数据应用场景的三个维度进行打分，1分为最低，5分为最高；③ 图中圆圈面积代表该场景落地规模。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

云底座释放生成式AI+数据潜力

选择具备数据与AI综合能力的公有云服务商，降低生成式AI应用门槛

相比于本地部署，公有云服务能够为零售消费企业提供从基础资源到开发平台的全面赋能：1) 通过开放接入主流基础模型、自动扩展计算资源，使企业可以**专注于业务逻辑而此基础设施管理**；2) 基于严格的数据和隐私策略，帮助企业保障面向AI时代的**安全合规**；3) 将数据和AI工具集成到统一平台，促进非结构化、多模态数据分析和处理，帮助企业**快速高效构建生成式AI应用**。

云底座赋能生成式AI与数据应用



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

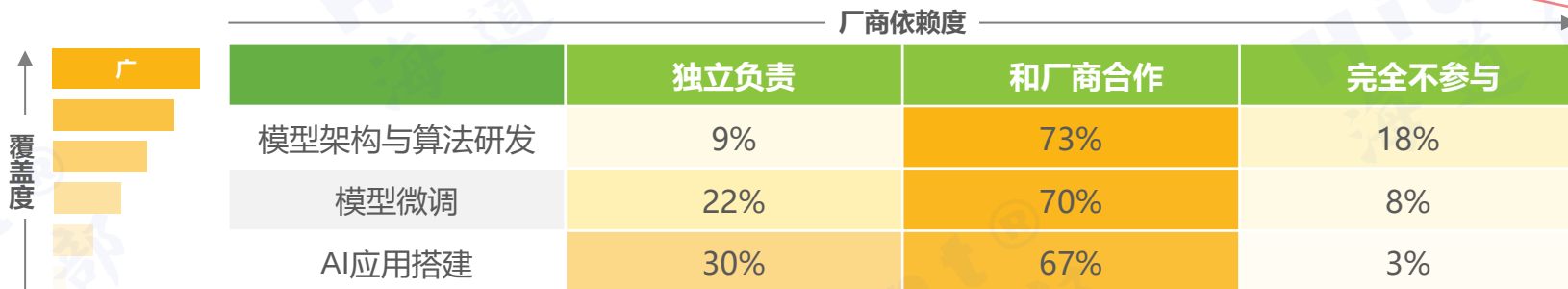
生成式AI能力合作共建

近90%的企业倾向于引入外部服务商，74%的企业存在多模型调用需求

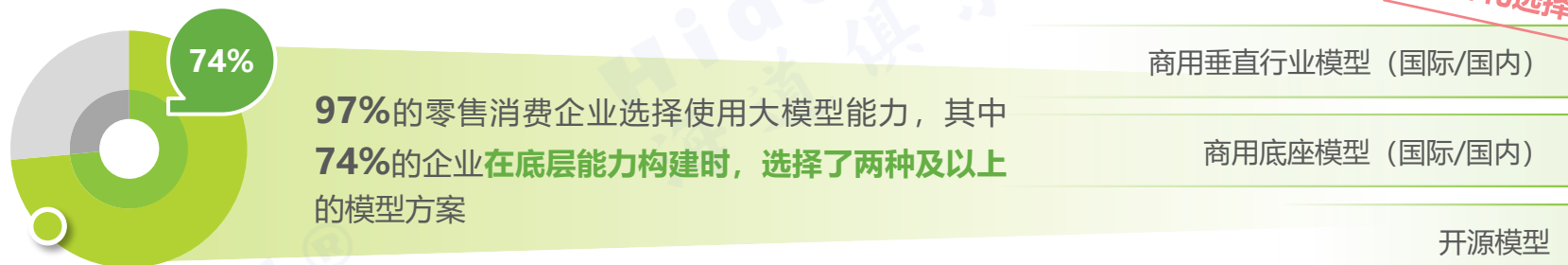
公有云厂商凭借全栈技术资源与生态整合能力，在数据与AI的一站式交付方面天然适配，是零售消费企业构建生成式AI应用的优选。在基础模型能力的搭建中，企业更关注在大模型能力上能够提供多样化选择的厂商。云厂商依托算力规模与算法迭代优势，可高效满足零售消费企业多模型调用的需求。

零售消费企业生成式AI构建环节合作偏好

构建生成式AI的各环节中，企业对外依赖度



构建生成式AI基础能力中，企业选择的多样性



注释：1) N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：① 在构建生成式AI应用时，贵公司在相关环节采用以下哪种合作模式？② 在生成式AI应用场景中，贵公司主要通过哪些厂商使用大模型能力？；3) 针对生成式AI领域，开源模型的定义通常较为宽泛，开放模型架构、预训练权重、推理代码的模型即属于开源模型范畴。

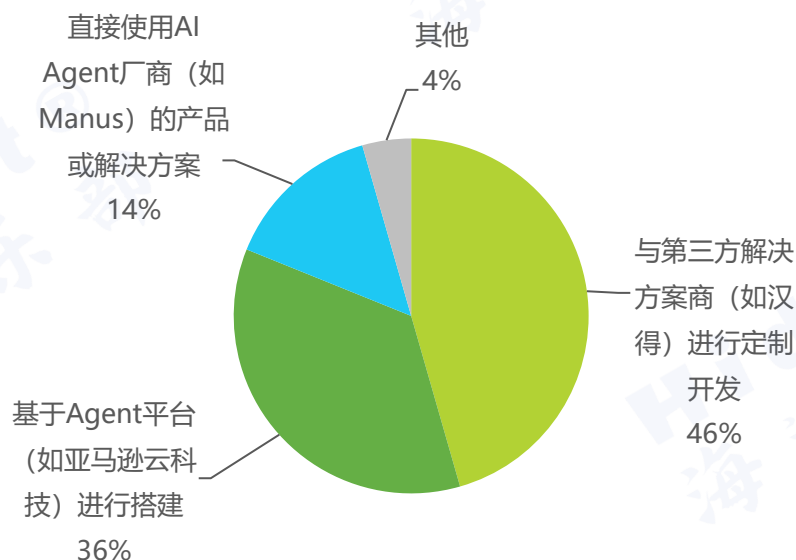
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

AI Agent大势所趋

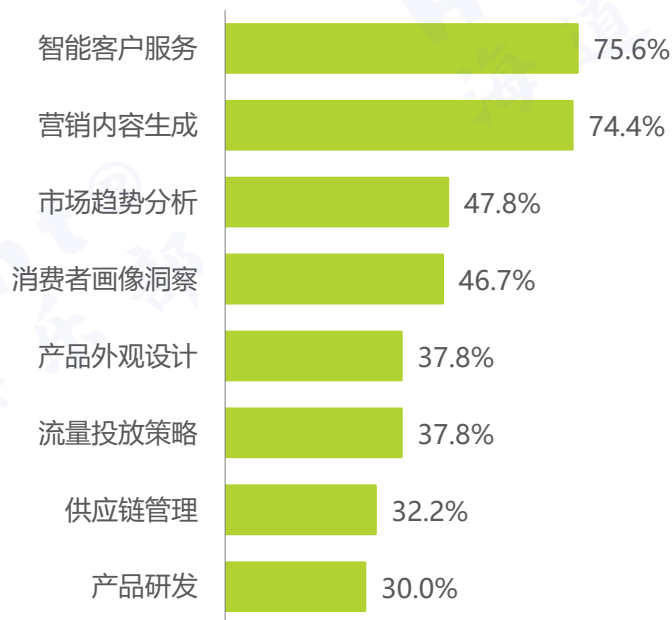
94%的零售消费企业已应用AI Agent，定制化开发与平台化部署并重

相比于标准化的AI Agent产品，零售消费企业更追求业务适配性，倾向构建差异化的AI Agent以获取市场竞争优势。落地场景方面，当前越贴近用户的场景AI Agent渗透率越高，如智能客户服务、营销内容生成，而市场趋势分析、消费者画像洞察等市场洞察类场景的对数据深度、算法复杂性要求更高，效果验证周期较长，渗透率仍有较大提升空间。

零售消费企业倾向的AI Agent搭建方式



零售消费企业AI Agent场景渗透率TOP8



注释：1) N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：贵公司最倾向的AI Agent的搭建方式是？

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

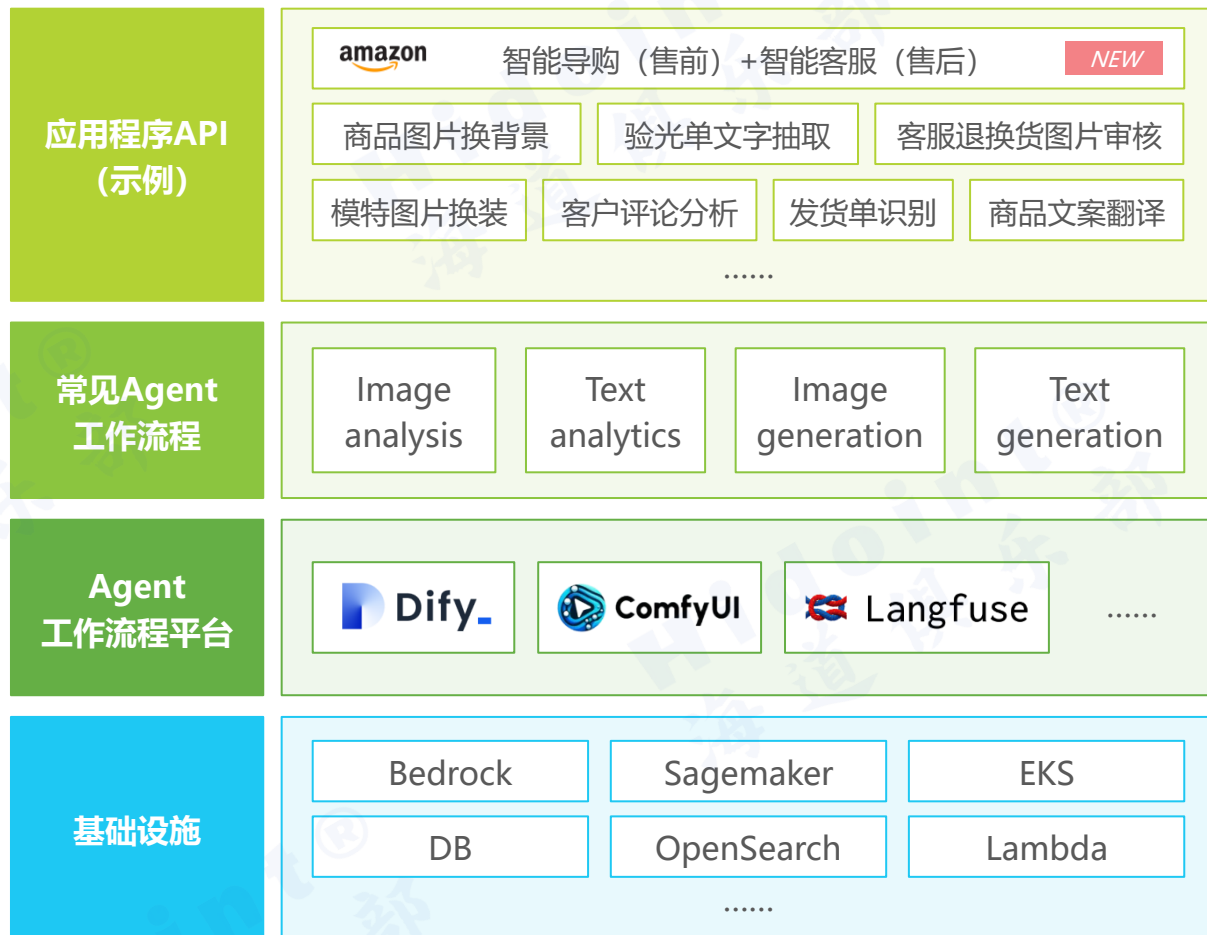
注释：1) N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：贵司在以下哪些场景中已经使用AI Agent形式的产品/功能？

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

AI Agent workflow 开发平台

打包云原生的一站式生成式AI工具箱，帮助企业客户快速开发基于生成式AI的Agent应用

亚马逊云科技AI Agent workflow 开发平台



提供内置示例，客户可以将其作为参考构建自己的应用程序API，以解决特定的业务问题

工作流层提供通用管道，客户可以复制并在不同类型的应用程序上构建工作流

平台层提供高可用性和自动扩展的组件，客户可在其上自主构建工作流程

基础设施层提供各种云资源，用于托管工作流程平台和必要的资源

美妆行业生成式AI+数据应用链路

精准营销为核心，洞察消费者个性化需求，实现品牌差异化突围

在美妆市场同质化竞争加剧的当下，美妆企业通过整合消费者肤质检测数据、线上购买记录、社交媒体分享内容、成分偏好评价等多维度数据，可以针对不同肤质、年龄、地域的消费者生成定制化的产品方案。与此同时，利用生成式AI打造的虚拟试妆、肤质诊断等互动体验，能够匹配满足消费者的个性化需求，塑造独特品牌形象，助力美妆企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

美妆行业生成式AI+数据应用链路



注释：1) N=30，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：请对以下生成式AI与数据应用场景的三个维度进行打分。1分为最低，5分为最高。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

鞋服行业生成式AI+数据应用链路

产品设计为核心，快速把握流行趋势，缩短新品上市周期

通过大数据采集与分析，鞋服企业可实时追踪社交媒体、时尚秀场、潮流论坛等多渠道信息，捕捉色彩、款式、面料等流行元素变化。生成式AI快速生成契合潮流的设计草图、图案纹样，模拟不同材质的呈现效果，辅助鞋服设计师优化设计方案。从趋势洞察、设计构思到推向市场，生成式AI与数据应用协同发力，将帮助鞋服企业以更快速度推出贴合市场需求的产品，抢占销售先机。

鞋服行业生成式AI+数据应用链路



注释: 1) N=30, 于2025年6月通过线上调研获得; 2) Q: 请对以下生成式AI与数据应用场景的三个维度进行打分。1分为最低, 5分为最高。

来源: 艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

家居行业生成式AI+数据应用链路

海外拓展为核心，全渠道销售与供应链管理高效协同

当前中国家居企业正加速走向国际市场，整合线上电商平台浏览数据与线下实体门店体验反馈，分析消费者家居风格偏好、预算区间和空间尺寸需求等，将帮助家居企业全面把握全球用户需求。由于家居行业具有大件物流成本占比高、安装服务复杂性的问题，结合历史数据与实时需求，生成智能补货、供应商选择、物流规划等决策方案，将有效提升供应链响应速度与运营效率。

家居行业生成式AI+数据应用链路



注释：1) N=30，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：请对以下生成式AI与数据应用场景的三个维度进行打分。1分为最低，5分为最高。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业决策治理中的生成式AI+数据

实时检索、动态响应，推动企业决策从经验驱动向数据驱动转变

在企业内部决策与治理场景中，零售消费企业通过构建各环节知识库，融合生成式AI与数据技术提供分析与建议，将推动决策的自动化与智能化。相比传统商业分析，生成式AI显著强化了自然语言理解能力，能深度挖掘多源异构数据间的隐含关联，同时具备实时响应、动态更新的优势，有效降低了数据应用的技术门槛。生成式AI与数据相结合，将加速了数据民主化进程，推动企业决策从经验依赖转向数据驱动。

企业内部决策与治理中的生成式AI+数据应用



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

03 / 重点增长引擎应用实践

P r a c t i c e s

零售消费企业增长引擎

精细化用户运营+智能化决策治理，布局海外市场拓宽收入来源

在零售消费市场竞争白热化、增长压力加剧的背景下，企业亟寻求新的增长引擎突破发展瓶颈。生成式AI与数据的融合应用，为企业提供了从外部用户运营到内部决策优化，再到全球化拓展的全链路解决方案，通过挖掘消费者需求、提升运营效能、抢占海外市场，重塑企业增长曲线。

零售消费企业的三大增长引擎



营销与用户旅程

- 利用生成式AI生成图文、视频等**营销内容**，提升多渠道投放的触达效率
- 7×24小时**智能客服**响应用户咨询，快速解决问题，优化用户体验，增强用户粘性，促进转化与复购



企业内部决策与治理

- 构建企业**内部知识库**，实现知识高效管理与共享
- 在营销、供应链、产品研发与设计等环节，以数据分析支撑**智能决策**，降低运营成本，提升企业整体效能



海外市场拓展

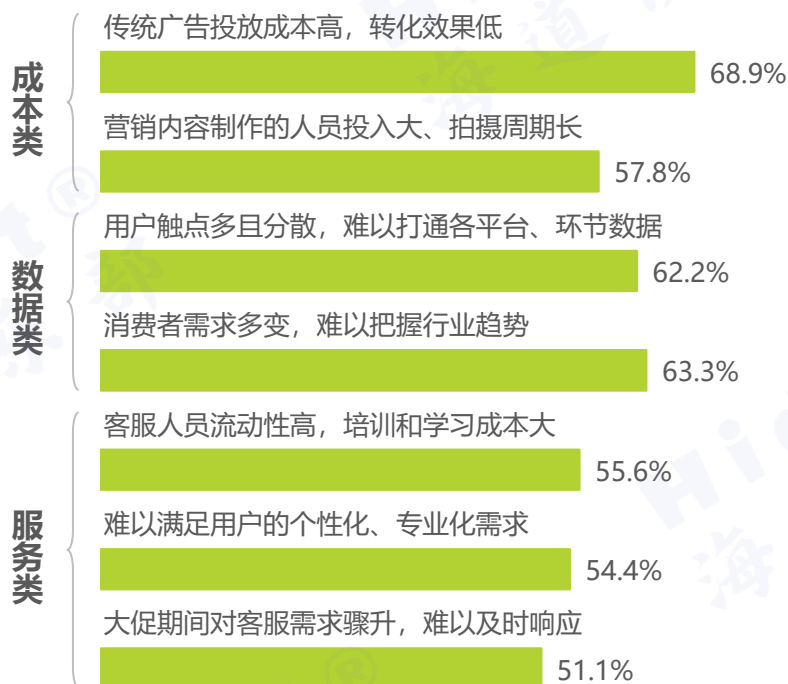
- 利用生成式AI适配不同国家和地区**的文化需求**
- 以**数据洞察**全球市场趋势与消费者需求，指导产品优化与品牌定位，推动企业从产品出海向自有品牌全球化拓展

营销环节进入AI生产力时代

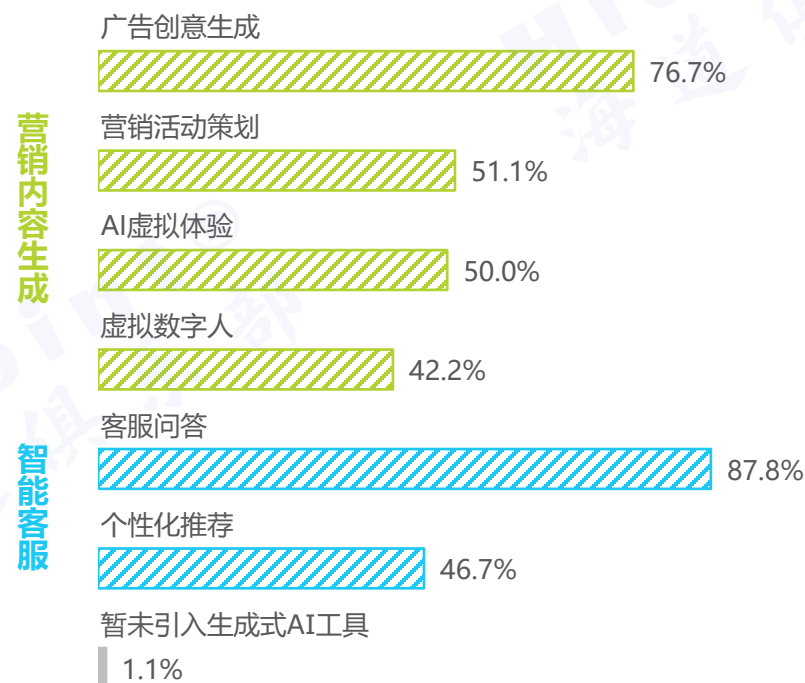
营销成本高企、用户需求碎片化，超90%企业已引入生成式AI应用

零售消费企业普遍面临营销成本高企与用户需求碎片化的矛盾，生成式AI通过重构内容生产与服务响应链条，成为破解增长瓶颈的关键引擎。目前，营销环节是生成式AI落地最快的领域。已经采用了生成式AI的企业中，营销内容生成和智能客服的渗透率均超过90%，其中又以广告创意生成和客服问答的比例居高。

2025年中国零售消费企业的营销痛点



2025年中国零售消费企业营销场景中应用的生成式AI工具



注释：1) N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：贵公司在营销环节面临的核心痛点有哪些？

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

注释：1) N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：贵公司在以下哪些营销场景中引入了生成式AI工具？

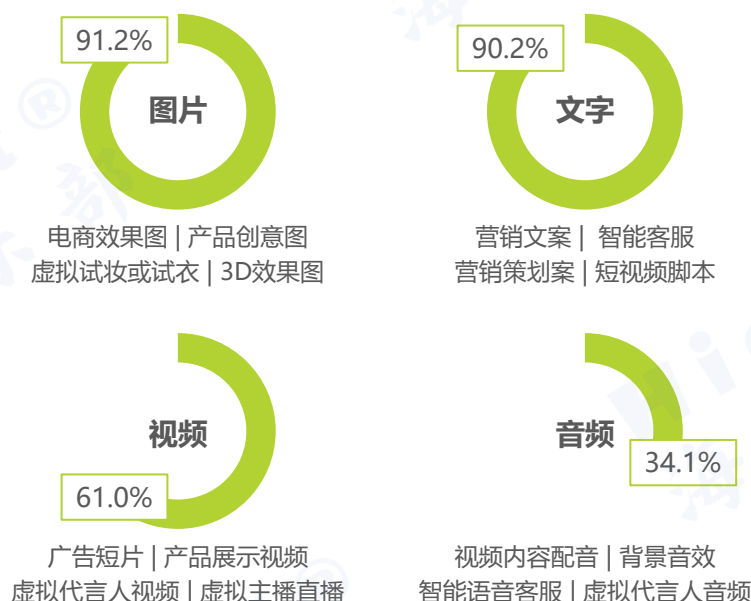
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

生成式AI促进营销内容生产

营销环节中AI生成图文内容应用广泛，91%的企业实现内容成本降低

生成式AI在营销内容生成领域的价值主要体现在**降低内容生产成本**、**提高销售转化率**和**降低获客成本**三个方面。当前对于内容生产成本的较低价值最为明显，通过减少真人模特、摄影棚租赁、场景搭建等费用，降本成本的比例主要集中在30%左右。而对于销售转化率和获客成本方面的贡献，更多取决于企业生成内容的质量，如能生成有效内容，其对于营销成果的转化价值也非常显著。

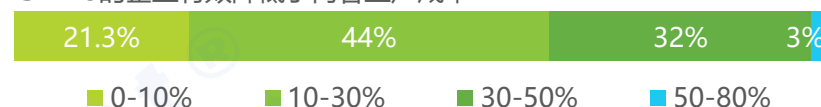
2025年中国零售消费企业利用生成式AI生成的素材类型——营销内容生成场景



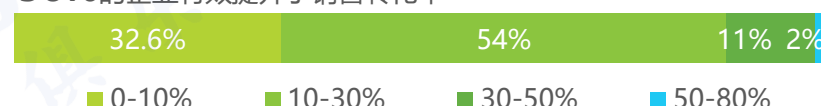
2025年中国零售消费企业生成式AI应用价值——营销内容生成场景

利用生成式AI支撑营销内容生成后：

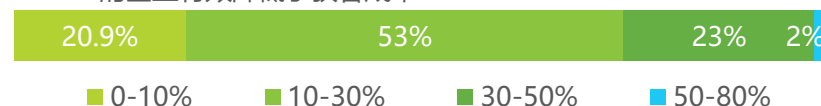
91%的企业有效降低了内容生产成本



56%的企业有效提升了销售转化率



52%的企业有效降低了获客成本



注释：1) N=82，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：在营销内容生成方面，贵公司主要利用生成式AI生成哪些类型的素材？

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

注释：1) N=82，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：利用生成式AI支撑的营销内容生成后，贵公司在以下几个指标方面的效果变化？

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

智能营销内容生成平台

多智能体协作，将用户意图快速转化为可用的高质量图片与视频内容

智能营销内容生成平台PixelPilot是结合亚马逊科技提供的Strands Agent SDK和Amazon Bedrock能力，基于多Agent协作架构构建的创新营销解决方案。通过Claude进行用户意图理解，整合Nova Canvas图像生成和Nova Reels视频生成技术，PixelPilot实现了内容的自动化生产。平台支持以对话驱动创意，从自然语言输入到项目交付的全流程闭环，并通过Agent调度器的智能协调和可编排ComfyUI工作流，确保创意流程的可视化管理和精细化控制，从而显著提升营销内容的生产效率和品牌一致性。

PixelPilot智能营销内容生成解决方案

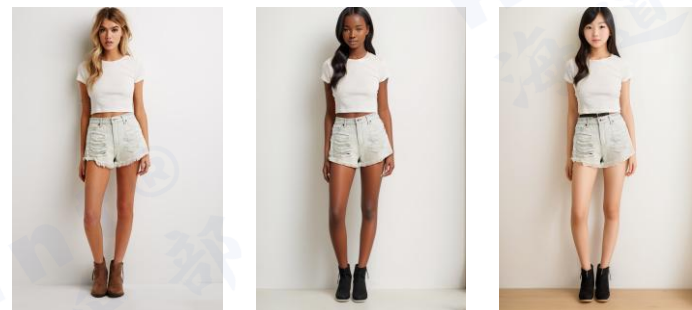
应用场景

- 品牌主快速生成多渠道营销素材，确保品牌视觉一致性
- 电商团队批量处理SKU商品图片，自动化商品视觉优化
- 内容电商优化营销视频制作，生成个性化推广内容
- 多平台运营中的图片Resize和格式适配自动化处理模式

主要功能

- 多Agent协作的智能任务调度和协同处理
- 基于Claude的用户意图理解 and 需求分析
- Nova Canvas图像生成和Nova Reels视频生成
- 可编排的ComfyUI工作流和可视化管理
- 对话驱动的自然语言创意输入
- 自动化批处理和精细化细节控制

● 换模特：体现不同肤色人群穿着效果



● 换场景：体现不同地点/场所背景人群穿着效果



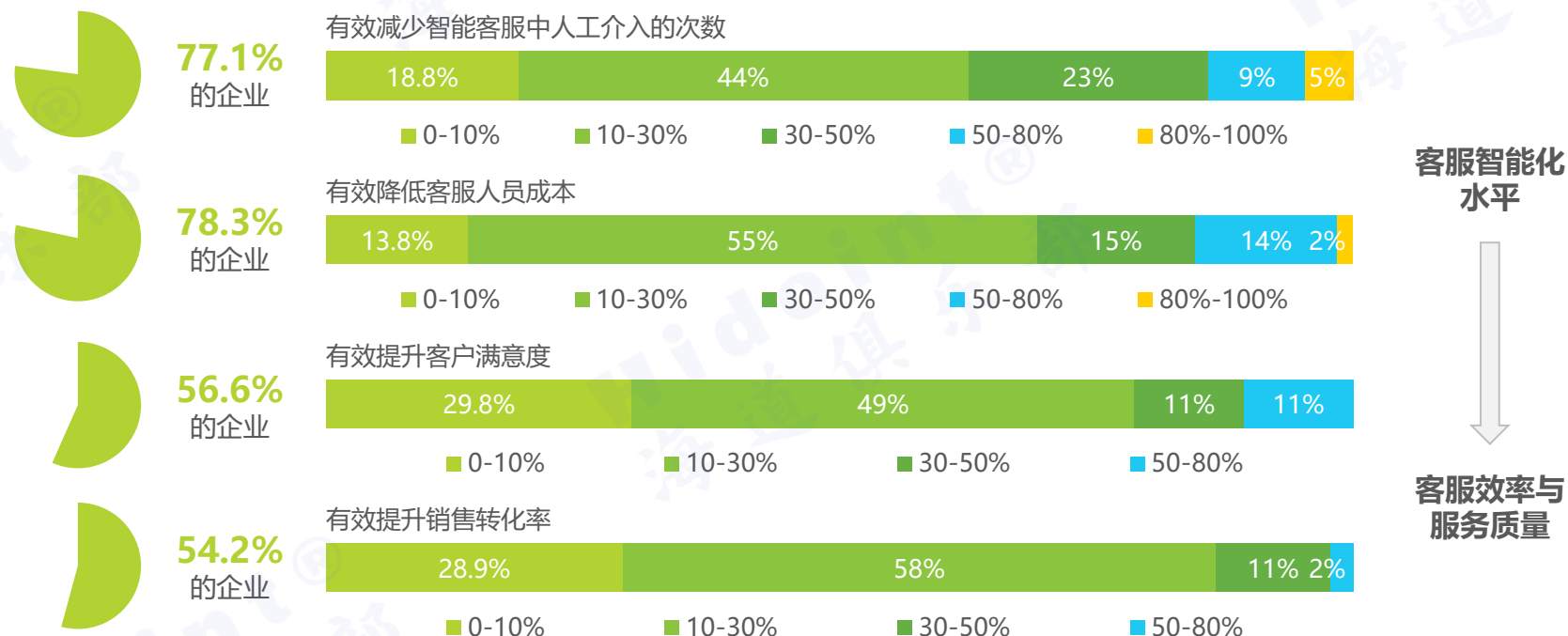
生成式AI提升客服智能化水平

超50%企业实现客服效率与质量提升，全生命周期赋能客服提质增效

近80%的零售消费企业在应用生成式AI后客服的智能化水平出现显著提升，包括降低人工介入的次数和客服人员的成本。凭借在上下文理解能力、自然语言多轮对话、动态内容生成等方面的优势，通过与企业知识库对接，生成式AI加持的智能客服可以更加灵活地应对用户的问题。除客服问答、个性化推荐等岗中场景外，生成式AI同样可以应用于客服人员的岗前培训、客服岗后的智能质检等环节，全生命周期助力客服降本增效。

2025年中国零售消费企业生成式AI应用价值——智能客服场景

利用生成式AI支撑智能客服后：



注释：1) N=83，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：利用生成式AI支撑的智能客服后，贵公司在以下几个指标方面的效果变化？

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

零售生成式AI多智能体导购售后工作平台

基于Amazon Rufus原理构建智能导购和智能客服Agent方案

智能零售生成式AI工作平台是专为零售行业设计的一站式AI应用解决方案，基于AWS云原生架构和Agentic能力构建。平台提供30+个预置的行业最佳实践工作流模板，涵盖营销素材生成、多语言翻译、客户评论分析、图像处理、智能导购等核心场景。通过统一的API接口和可视化工作流设计，企业可快速部署符合业务需求的AI应用，无需从零构建复杂系统，即可实现生成式AI技术在零售业务中的深度融合和规模化应用。平台最新版本支持Strands Agent，能够提供更灵活的自动工作流编排能力，并基于Sub-Agent引入更多数据源与扩展能力。

亚马逊云科技零售生成式AI多智能体导购售后工作平台

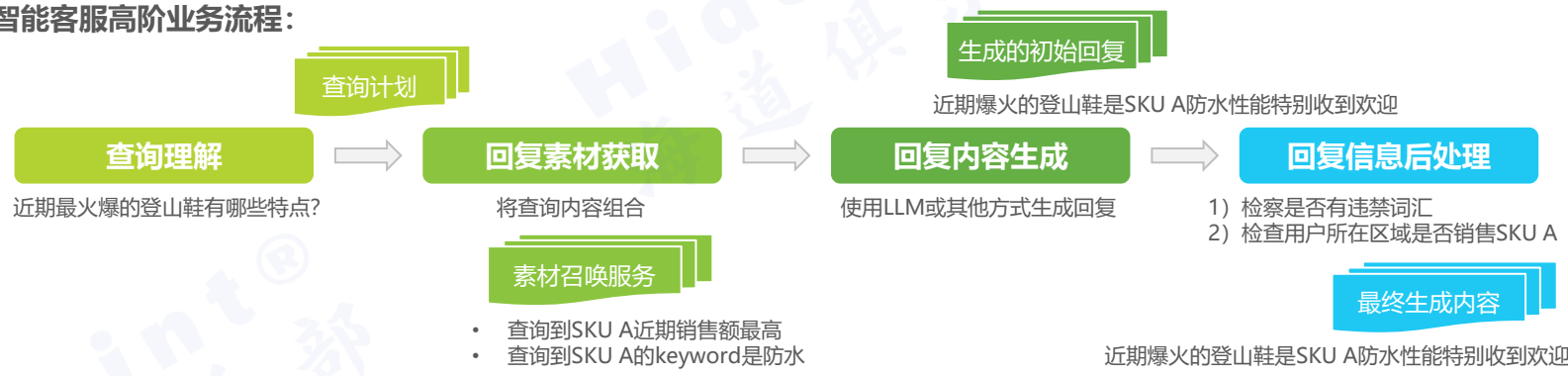
应用场景

- 电商平台商品文案的多语言翻译和本地化处理
- 海量客户评论自动分析，提取商品亮点和改进建议
- 商品图片智能背景替换和虚拟试穿效果生成
- 基于订单信息的智能退换货审核和售后自动化
- 票据和物流单据OCR识别，简化供应链管理
- 个性化智能导购助手，提供精准商品推荐

主要功能

- 预置业务场景工作流模板
- 多语言内容翻译
- 客户评论智能分析和VOC洞察提取
- 智能导购
- 智能售后
- 票据识别和物流单据自动化处理

智能客服高阶业务流程：



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

数据治理重构决策体系

93%的企业构建知识库并覆盖多场景，生成式AI助力数据治理提质增效

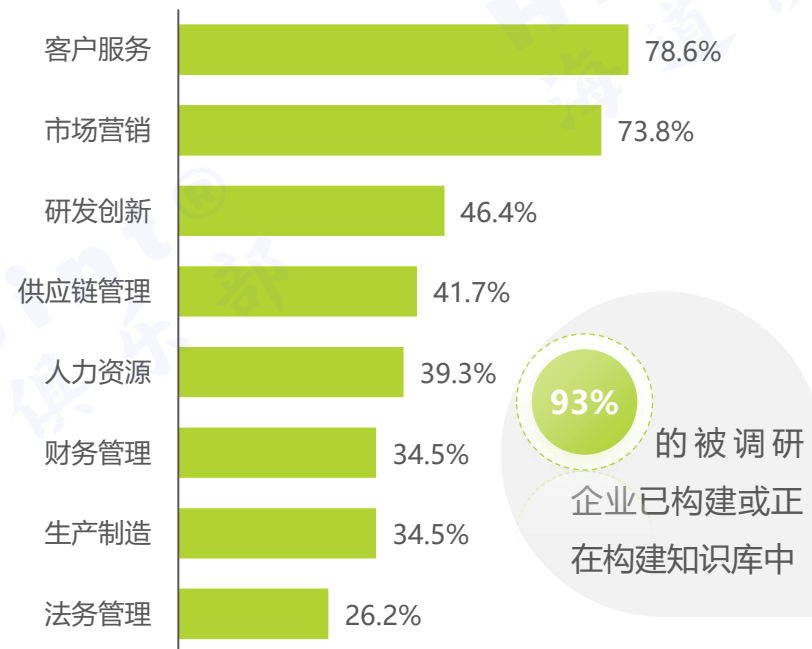
生成式AI与数据应用重构决策体系的核心逻辑体现为数据治理筑基→知识库赋能→决策智能化的三阶跃迁：1) 生成式AI与数据治理相结合，破解非结构化数据治理的壁垒；2) 零售消费企业倾向于优先解决从产品到市场的决策痛点，后端生产制造环节及人力、财务等中台的知识库渗透率低于前端；3) 未来需强化知识库的全链路协同，推动生成式AI从单点提效升级为全局智能决策引擎。

生成式AI在零售消费企业决策与治理的应用价值排名



注释：1) N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：您认为生成式AI赋能企业数据治理的核心价值主要体现在哪些方面？（请按重要性排序）
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

零售消费企业主要场景知识库渗透率



注释：1) N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：目前贵公司已将生成式AI与下列哪些环节的企业内部知识库进行融合应用？
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

Chat BI智能分析助手

利用AI增强BI分析能力，实现交互式分析与叙事式洞察

在零售电商数据分析与商业智能的场景中，分析人员经常需要编写多轮、复杂的查询语句以获得业务洞察。亚马逊云科技面对该场景构建了零售电商行业智能数据分析助手解决方案指南。基于Amazon Bedrock-Claude大模型构建的生成式BI解决方案，允许用户使用自然语言对话进行数据查询和分析。它通过实体识别、知识库检索、数据重构等技术，提高查询准确率，降低SQL生成复杂度，并支持可视化展示分析结果，能够有效推动数据民主化。通过以知识检索和提示词工程为核心，结合数据ETL和思维链拆分Agent等技术，该方案提高了用户查询数据的效率，并通过引入数据反馈机制，逐步优化迭代系统查询的准确率。非技术人员也可以通过自然语言对零售环节采购、销售等数据进行查询和分析，无需掌握SQL等专业技能，从而帮助业务人员获取数据洞察、提升决策效率。

亚马逊云科技Chat BI智能分析助手



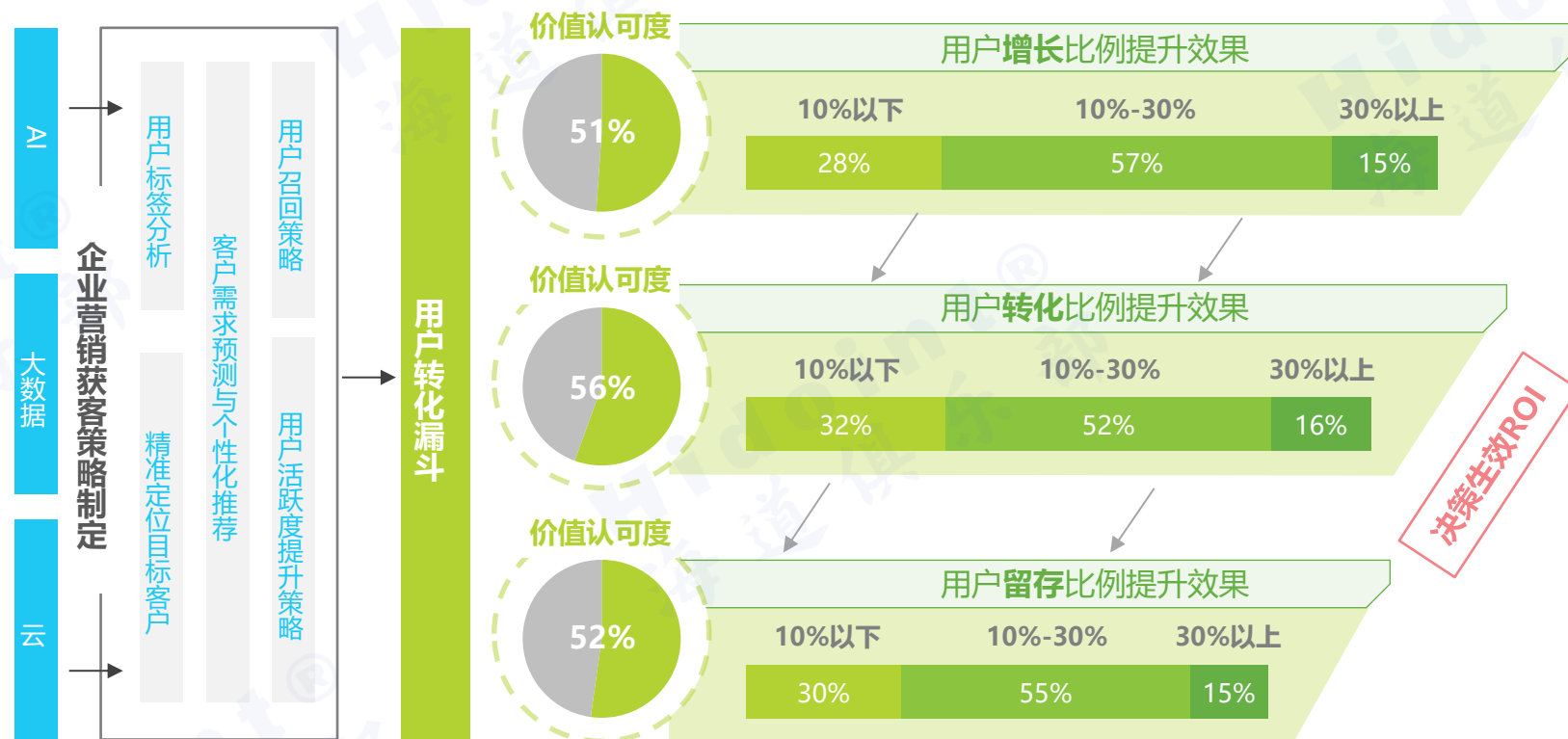
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

精准营销助力用户转化

超50%企业利用生成式AI与数据精准定位客群，促进转化与留存率提升

生成式AI与数据二者协同，可以帮助零售消费企业整合、清洗多源用户数据，加强对非结构化数据的深度解析，进而实现动态洞察用户需求偏好，促进用户的生命周期管理。在此基础上制定针对性的营销策略，企业沉淀（含初始增长、中期转化、后期留存）比例多数提升在10%到30%之间。

生成式AI与数据应用支撑的企业内部营销获客决策ROI



注释：1）N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2）Q：利用生成式AI支撑的用户标签分析和精准营销后，贵公司在以下几个指标方面的效果变化？

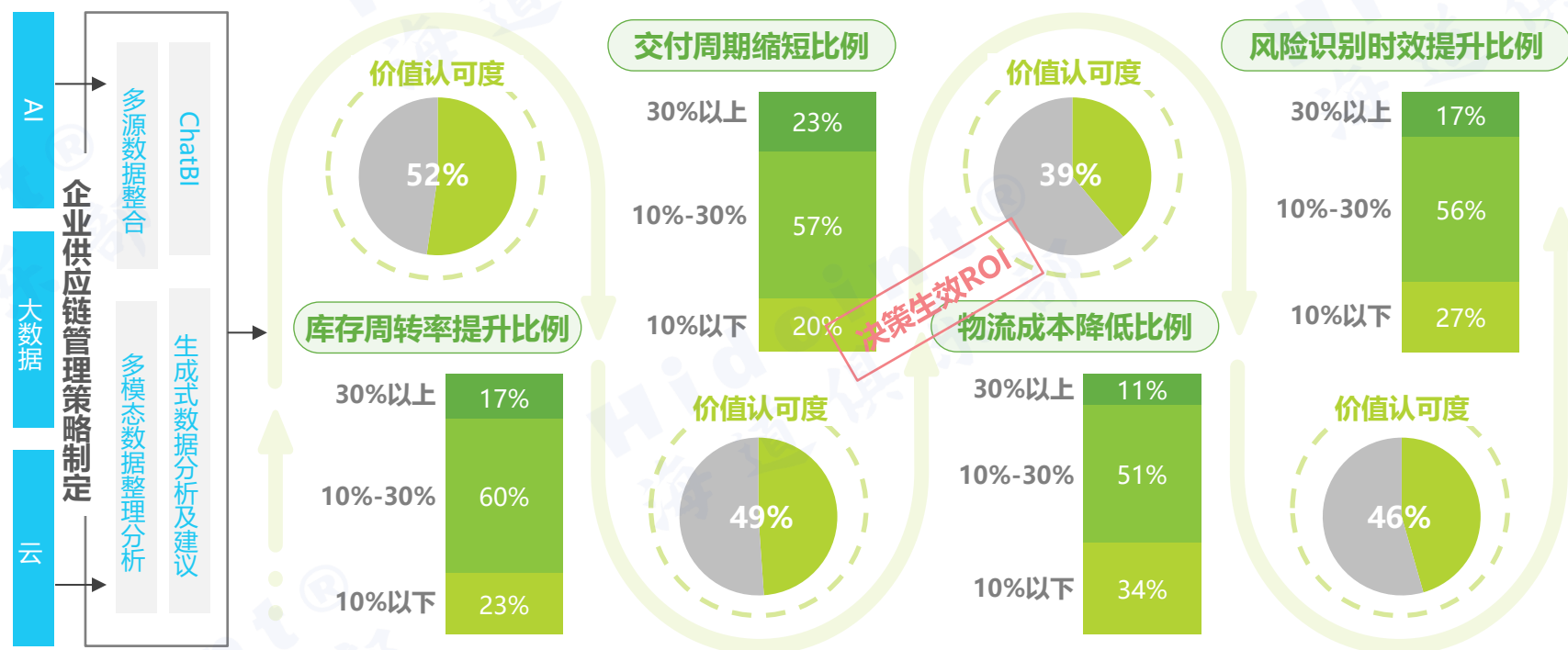
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

智能决策推动供应链降本增效

ChatBI助力供应链管理，生成式AI赋能供应链效率优化约10%-30%

生成式AI与数据应用能够帮助零售消费企业进行需求预测和实时决策，通过优化库存配置减少滞销与缺货风险，提升供应链效率与韧性。同时，引入基于LLM的场景化问答式ChatBI，企业可以实现更加简单、高效的数据查询，突破传统BI的局限，大幅缩短对业务侧的响应时间。目前在库存周转、货物交付、物流管理及风险识别四大环节中，分别有52%、49%、39%和46%的零售消费企业已部署相关技术并实现降本增效，改善比例集中于10%-30%区间。

生成式AI与数据应用支撑的企业内部供应链管理决策ROI



注释：1) N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：利用生成式AI支撑的供应链管理及分析后，贵公司在以下几个指标方面的效果变化？

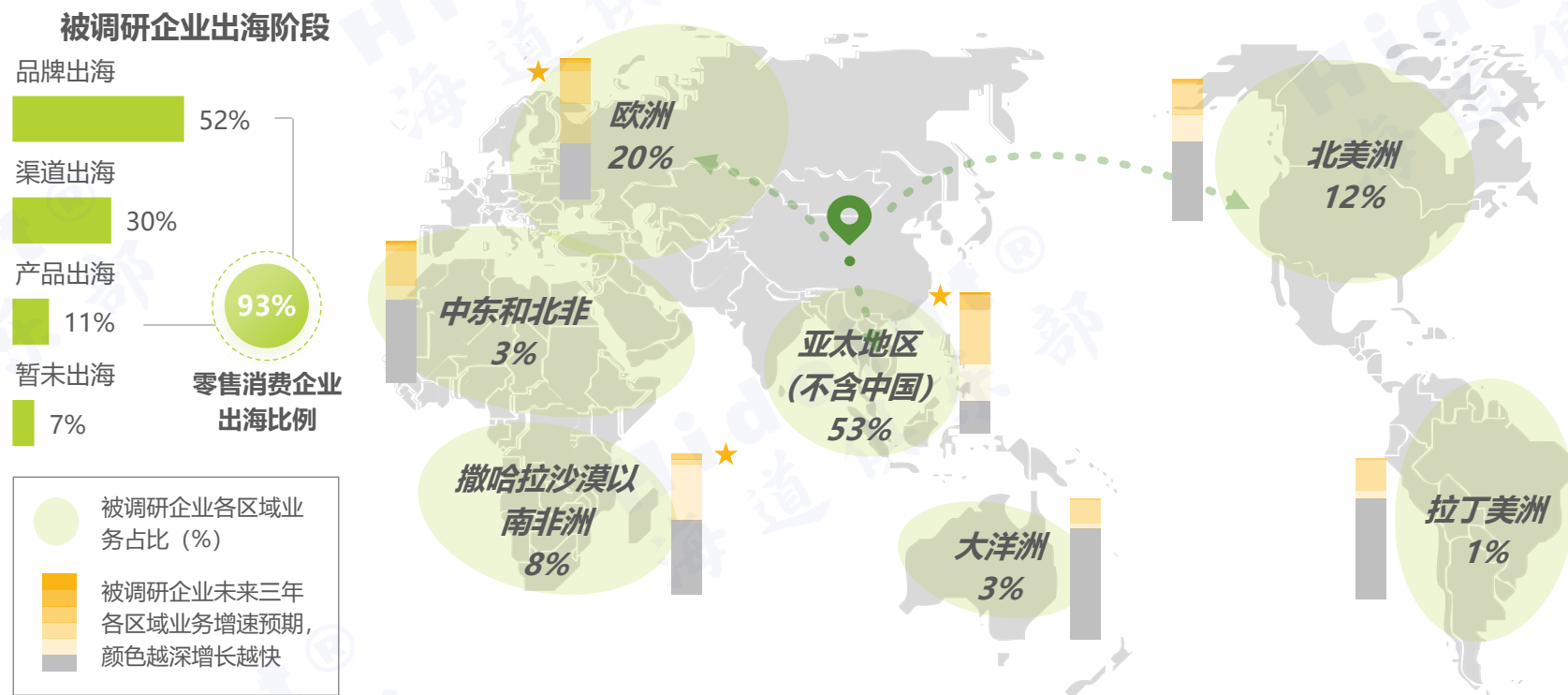
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

从产品出海到品牌出海

93%的零售消费企业布局海外业务，亚太、欧洲、北美洲为主要目的地

零售消费企业的海外布局优先考虑具备高购买力、成熟渠道与品牌溢价空间的市场。亚太地区人口基数庞大、电商增速快，新兴中产对国潮美妆、快时尚接受度高，地缘文化相近使其供应链响应更快；欧美地区人均GDP高、电商市场成熟，Z世代可持续消费理念与国产品牌相契合。营销、支付、物流等基础设施完善，有利于国内企业复制成功的数字化经验，同时RCEP政策红利释放，海外消费者对“中国制造”的认知由低价向品质转移，持续利好零售消费企业出海。

零售消费企业海外业务拓展情况：当前业务占比及未来三年增长潜力



注释：1) N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2) Q：① 2024年，贵公司海外业务在各个地区的占比（加总为100%）？② 预计未来三年，贵公司在各个海外地区的年均业务增长速度？

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

综合云服务商加速出海本土化运营

生成式AI突破语言与文化壁垒，借助海外渠道打通销售链路

生成式AI成为突破语言与文化壁垒的关键工具，通过智能翻译、文化适配内容生成等帮助零售消费企业实现精准的本地化营销与高效的智能客服。综合型云服务商除提供AI算力与数据处理能力外，如同时具备电商渠道资源和平台搭建能力支撑，将能够更加全方位地满足企业的出海需求。零售消费企业可借助此类厂商降低本地化运营门槛，快速打通销售链路，形成技术与渠道的双重助力，推动海外市场的可持续发展。

零售消费企业出海策略：本土化运营

生成式AI及数据应用价值排名



海外销售渠道重要性排名



注释：1）N=90，于2025年6月通过线上调研获得；2）Q：① 请针对零售消费企业出海过程中，生成式AI及数据对下列场景的应用价值进行排序。② 请针对零售消费企业出海的海外市场销售渠道重要性进行排序。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

04/ 典型企业案例

C a s e S t u d y

某跨境电商女装企业

生成式AI赋能商业拍摄，减少外部模特依赖，加快服装上新流程

某跨境快时尚品牌通过整合国内供应链资源，凭借高性价比的优质女性服装，实现每年业绩翻倍增长。亚马逊云科技覆盖全球的基础设施为其在拉美和东南亚地区的运营提供了安全合规、稳定可靠的保障。为应对服装行业上线链路长、外部模特费用高的痛点，该品牌与亚马逊云科技进行业务共创，以生成式AI赋能服装上新的全流程，通过素人模特拍摄结合AI换脸大幅降低运营成本，将传统15天左右的服装上新周期压缩至3天。

某跨境电商女装企业：生成式AI赋能服装上新全流程

需求痛点

- 服装上线链路流程长，前期**企划、设计效率**会制约后期供应链的协同配合
- 预约外部模特周期长且成本高**，模特档期将影响服装上新
- AI换装实际体验后**无法达到商用要求**

1

流行趋势解读

利用多模态大模型进行服装流行趋势分析和理解，生成结构化数据

提升设计师工作效率30%

2

服装设计辅助

运用自研的AI设计模型，在热销风格和设计要点基础上生成服装线稿图

节省运营成本2000万/年

3

★ AI商业拍摄

在全职素人基础上进行换脸、换头或场景定制等，减少对外部模特的依赖

4

个性化商品推荐

利用AI能力基于客户在平台上的行为数据，实现个性检索与千人千面

提升商品点击率15%

亚马逊科技 提供快速部署、安全合规的全球化基础设施和丰富的云服务能力

Amazon SageMaker

加速模型的训练和部署，集成Kubernetes编排和管理

Amazon OpenSearch Service

解决多维度业务检索复杂性问题

Amazon EKS

快速扩张和缩减计算资源

Amazon EC2、Amazon S3、Amazon Cloud WAN、Elastic Load Balancing、Amazon Aurora、Amazon Lambda.....

某跨境电商女装企业

利用AI生成产品视频，降低内容成本、提升用户体验、促进销售转化

某专注于泳装和度假风的女装跨境电商企业以DTC（直接面向消费者）模式为核心，凭借精准的细分市场定位、高性价比的产品和快速的供应链响应，在亚马逊泳装类目长期稳居前十。为解决广告投放与内容制作成本居高不下的难题，为用户提供动态的产品展现形式，该企业采用了基于亚马逊云科技构建的可灵端到端AI视频生成解决方案，在2周内完成POC并投入生产。未来，该企业计划测试AI模特、虚拟试穿等场景，进一步降低内容成本，为消费者创造真实的体验感。

某跨境电商女装企业：AI视频降低内容成本

需求痛点

- 海外主流社媒的**广告投放成本**持续上涨
- 泳装、度假风女装依赖专业模特、海滩场景拍摄，**单次拍摄成本**约占商品售价的5%-15%
- 目前产品图以**静态场景**为主，考虑通过视频、3D展示及虚拟试穿等新方式提升客户体验

亚马逊云科技 × 可灵AI 视频生成解决方案

文生视频

图生视频

视频续写

批量生成

提供首尾帧控制、运镜控制、对口型等工具套件，支持分钟级的长视频生成，**满足专业创作需求**

利用Amazon Bedrock接入DeepSeek提供**智能提示词扩写**支持，降低用户使用门槛

支持**多语言文本输入与语音合成**，通开放API接口与客户**现有系统无缝集成**

应用价值

减少对专业制作团队和设备依赖，**内容制作成本降低60%-70%**

生成视频素材用于社媒广告，相比图文的**单次点击成本降低10%-20%**

动态视觉效果刺激冲动消费，同一产品在相同流量和定价下**转化率提升10%**

Amazon Bedrock & Amazon Nova

提供AI能力支撑，通过图片分析提升模型效果

Amazon CloudFront/EC2/NLB/S3

支撑高性能内容生成、存储与分发

与现有内容管理系统集成，实现数据交互与流程自动化，**促进团队协作**

某跨境电商家居企业

供应链精细化管理降低物流成本，AI报关智能体助力跨境合规

某跨境电商家居领域的标杆企业以家具、家居为主要产品，业务覆盖全球70余个国家，以欧美为主要市场，产品在欧洲多个国家的亚马逊站点的细分品类销量名列前茅。基于亚马逊云科技的全球基础设施和云服务组件，该企业快速实现向中东、拉美等新兴市场的扩张。为应对大件家具跨境业务中海外仓储和跨洋运输的诸多痛点，该企业采用亚马逊云科技与汉得信息提供的跨境物流解决方案，通过物流的精细化管理降本增效，并利用AI报关智能体替代部分人工工作，促进物流环节的安全合规，提升终端客户体验。

某跨境家居电商企业：跨境物流管理平台促进精细化管理

需求痛点

- 红海局势影响下运价波动剧烈，加之FBA仓储费用调整增加**运营成本**
- 欧美自建前置仓，多个仓储节点间缺乏**高效协同**，影响供应链效率
- 缺乏端到端**物流可视化**追踪能力，无法及时响应客户查询需求
- 欧美环保及安全认证趋严，不同商品归类标准复杂，人工处理易出错，造成**清关合规成本**攀升

主要功能

亚马逊科技



跨境物流解决方案

智能化运输管理

物流全程可视化与精细化运输管理

智能订单履约

基于智能订单路由、自动配货的最优配仓方案

合规与费用管理

物流费用自动计算、对账、过账+进出口合规管理

AI报关智能体

实时更新和解读海关法规变化，商品自动分类

亚马逊云科技**全球数据中心网**保障跨境业务的低延迟和高可用，**广泛的区域和可用区**满足各地区合规要求

Amazon Bedrock Knowledge Base全托管的检索增强生成（RAG）能力，简化企业自有数据与大模型的结合

亚马逊云科技构建从数据湖、数据处理、数据仓库到BI可视化分析的**无缝、自动化数据平台**，结合汉得海关、税务数据积累，提供数据分析和洞察能力

应用效果

提升装载率和运力利用效率，**降低20%-40%的物流成本**

通过多仓协同和库存共享，**库存周转效率提升30%+**，订单履约时效显著提升

自动化的售后服务流程使**退换货处理时效提升72小时**，**差评率降低50%**

通关申报自动化，**清关效率提升40%**，采用优惠关税税率同时避免合规风险

05 / 附录

A p p e n d i x e s

调研说明与样本画像

面向美妆、鞋服及家居行业，超过80%已形成生成式AI的初步应用想法，近30%已建立长期应用规划

零售消费行业生成式AI与数据应用调研说明与样本画像



调研方式：在线问卷调研



问卷投放时间：2025年6月



调研对象：零售消费企业



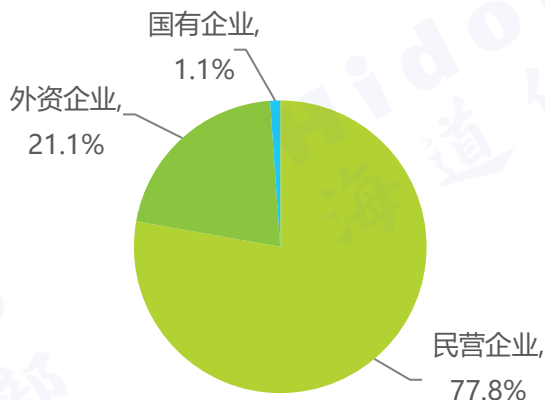
样本条件

1. 美妆、鞋服或家居企业
2. 已落地生成式AI及数据相关应用
3. 年营业收入超过3亿元
4. 符合市场调研基本条件

调研样本有效数据：美妆、鞋服、家居企业各30份，共90份



被调研企业企业性质



被调研企业生成式AI应用阶段

有初步想法但尚未形成具体规划



有全面、详细的长期规划



仅考虑小规模试点，未进行整体规划



BUSINESS
COOPERATION

业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



新 浪 微 博



企 业 微 信



LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

* 前述特定亚马逊科技生成式人工智能相关的服务目前在亚马逊科技海外区域可用。亚马逊科技中国区域相关云服务由西云数据和光环新网运营，具体信息以中国区域官网为准。



THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能