

ebrun 亿邦智库 SHOPLINE

未来电商报告

品牌独立站五步升级 锁定未来确定性增长



CONTENTS

01

PART ONE

变局：
时代变革下独立站亟需转型升级

02

PART TWO

破局：
向未来电商发力，品牌独立站五步升级

03

PART THREE

延伸：
生态协同可持续增长

PART ONE

变局：

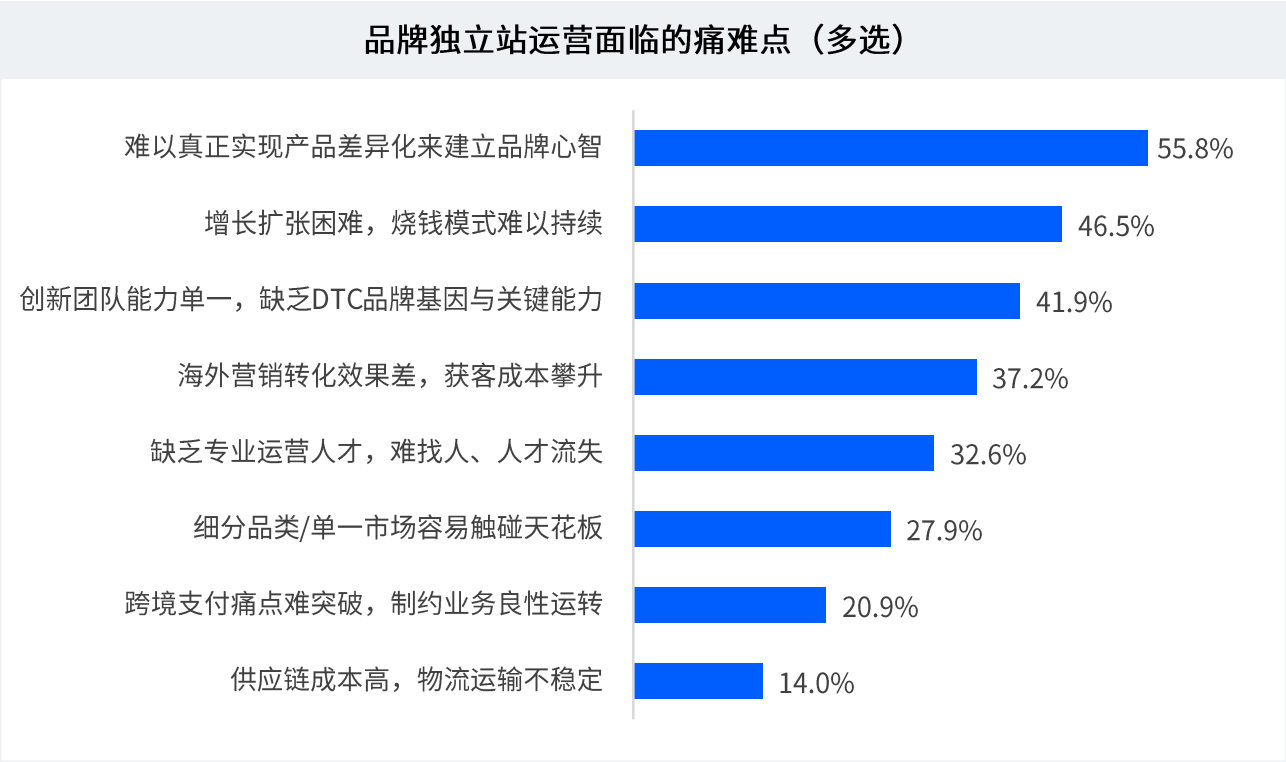
时代变革下独立站亟需转型升级



核心发现：传统独立站运营面临五大挑战

全球贸易不确定性增加，品牌全球化进程加速，跨境电商竞争重心正从低维卖货思维转向高维品牌心智资产构建，传统独立站运营正面临多维挑战。

根据亿邦智库调研，55.8%的独立站商家面临产品差异化瓶颈，品牌溢价难以建立；46.5%的商家受困于不可持续的“烧钱换增长”模式，利润空间持续压缩；41.9%的商家受限于 DTC 品牌能力缺失；37.2%的商家面临营销获客成本持续攀升等痛点。



增长乏力的五大瓶颈如何破？

产品同质化、增长扩张难、获客成本高、品牌能力弱、专业人才少

高质量发展趋势下，“人货场”重构面临新的定义与要求

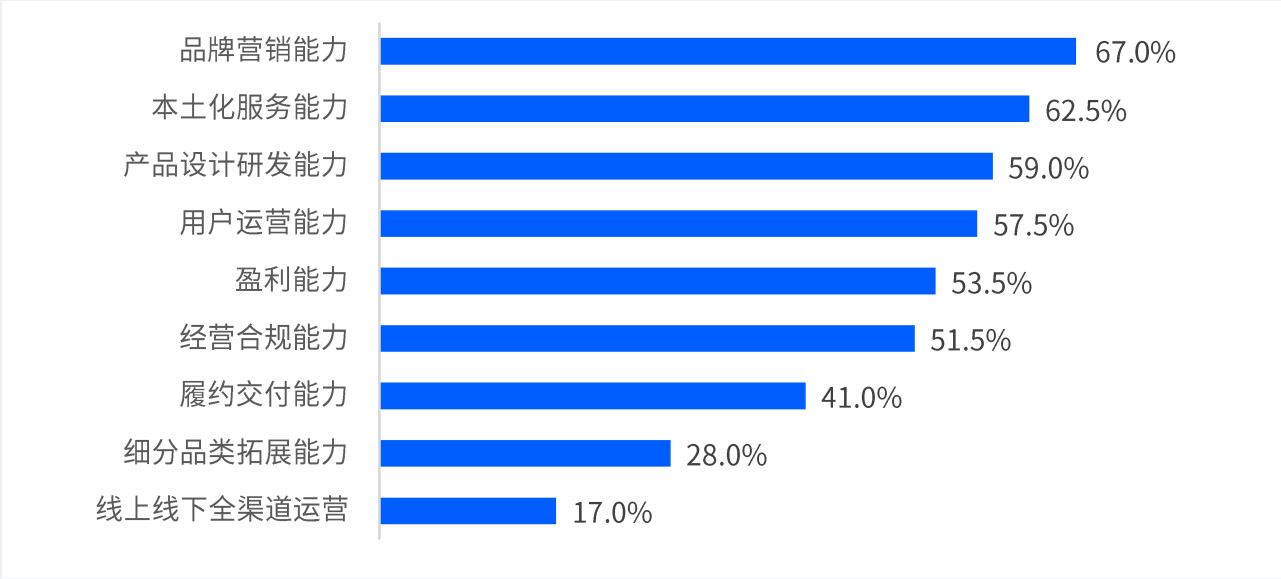
流量内卷、消费者需求升级且场景碎片化，倒逼业务模式升级与竞争态势变革。品牌所面临的课题，是如何构建一个高效率、高转化、高忠诚及高留存的商业内循环。在此趋势下，“人货场”面临新一轮重构，品牌需基于用户需求驱动产品创新及全渠道协同发展，构建可持续发展的竞争壁垒。



然而，“人货场”重构对品牌商家提出了更高要求。数据表明，补强品牌营销能力与产品研发能力，提升用户管理及全渠道运营能力，已成为出海商家应对新一轮竞争的战略要务。



品牌出海商家亟待补强的核心能力（多选）



数据来源：亿邦智库商家调研

品牌独立站凭借高度品牌化和深度个性化 更快适应时代需求，也更符合未来电商演进方向

根据 BuiltWith 数据，预计2025年全球电商独立站总数达2800万个，同比增长2.9%，2024年至2025年日均新增独立站数量2162个。这一数据表明，构建自主可控的品牌独立站已成为诸多商家的核心战略。

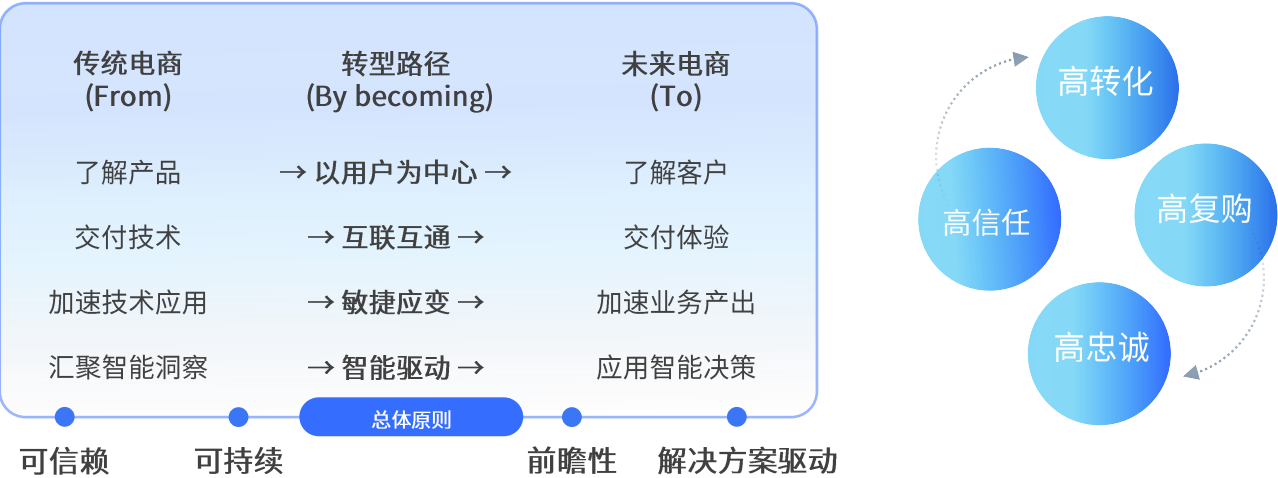


全球化扩张中，品牌独立站专注于打造独一无二的品牌阵地和提供深度个性化的用户旅程，能够在快速变化的环境中更灵活、更高效地响应市场和消费者需求。

品牌独立站的核心在于打造品牌自主掌控、以用户为中心的电商生态。依托数智技术，构筑品牌壁垒、沉淀用户资产、实施深度运营，并依托高度定制化体验深耕用户价值，最终形成高信任、高转化、高复购及高忠诚的增长飞轮。上述特征充分印证，品牌独立站模式更符合 Gartner 定义的未来电商演进方向。

Gartner 电子商务战略：通往未来电商之路

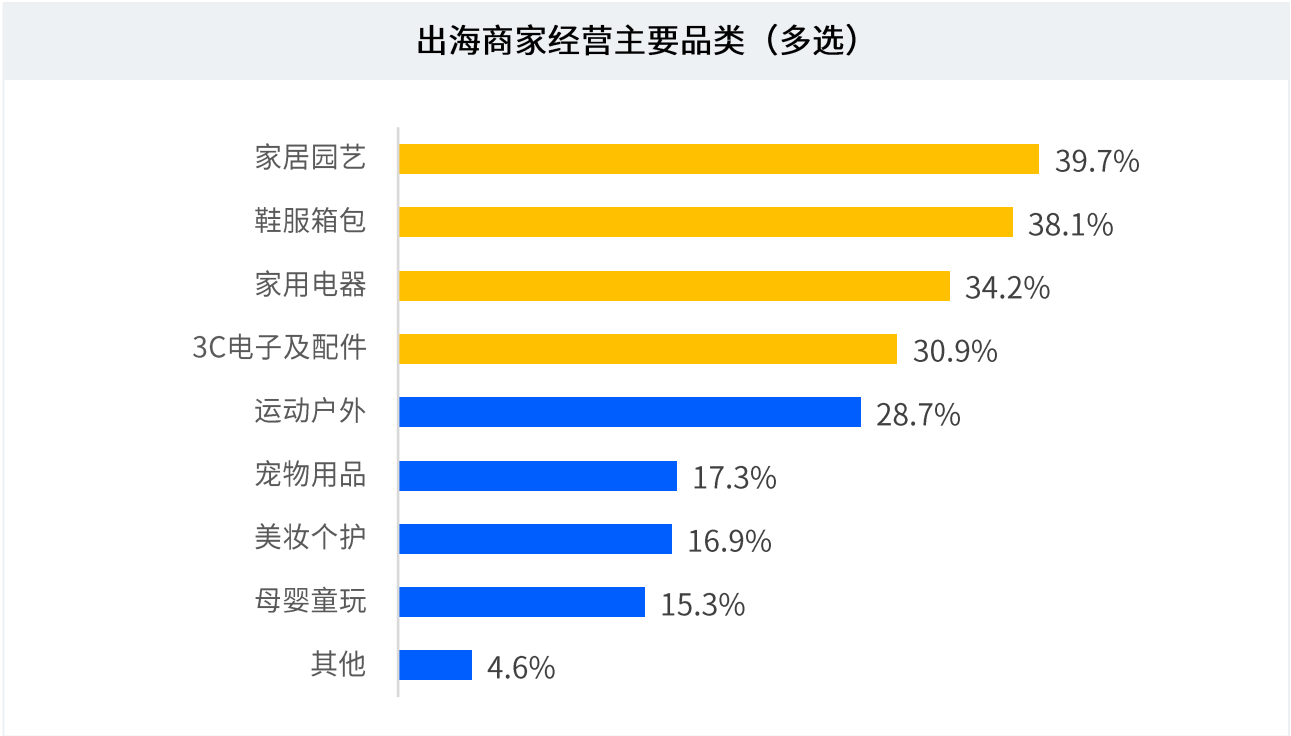
业务属性的关键转变



未来电商趋势下，家居、时尚及消费电子等品类迎来机遇期

未来电商趋势下，品牌竞争的核心聚焦品牌信任与用户忠诚度构建，对产品品类、品质及场景交互提出更高要求。如家居类对“沉浸式场景”体验感营造需求显著，时尚类对“品牌调性”深度传递和风格塑造需求更强，消费电子类对“技术专业性与功能场景化”需求尤为迫切，而独立站的高度个性化与品牌化特性，恰好契合这些品类的核心诉求，成为其突破同质化竞争的关键载体。

市场表现进一步验证了品类趋势。亿邦智库商家调研显示，家居园艺（39.7%）、鞋服箱包（38.1%）、家用电器（34.2%）及3C电子及配件（30.9%）等品类不仅是出海商家布局主力，也为品牌独立站开启新一轮品类增长机遇期。



PART TWO

破局：

向未来电商发力，
品牌独立站五步升级



品牌独立站精进方向：向未来电商持续发力

以 Gartner 定义的“未来电商”模式为战略锚点，传统独立站的增长范式正面临重塑。为应对市场波动、需求变迁、技术革命及长效增长的挑战，亟需一次全局性的战略升级。

基于此，本报告首次提出独立站五大升级路径，构建“体验、洞察、智能、变现、增长”能力闭环，旨在系统化重塑独立站价值，助力品牌从传统的交易场，向一个以用户为中心、数据驱动、多元变现，并具有强大品牌资产的核心增长枢纽跃迁，向未来电商发力。

五大升级路径，向未来先进的品牌独立站跃迁		
传统独立站模式	五步升级路径	未来先进的品牌独立站 具备五大新竞争力
信息传递	以极致 体验 打造购物场	更优于同行的购物体验 
产品导向	穿透式 洞察 客户旅程	更清晰地“看见”消费者 
经验运营	数据 智能 驱动高效运营	更清晰地“看见”消费者 
单一卖货	搭建多元 变现 体系	更强悍的多样化变现能力 
销售渠道	打造核心 增长 枢纽	更可靠的业务增长引擎 

体验断层导致整体流量受损

—— 流量来了，但网站卡顿且体验跟不上，客户留不住

商家似曾相识的场景

大促期间，某家具出海品牌商家通过前期系列营销活动引流，用户兴致勃勃打开独立站，但实际体验与预期相去甚远：

3秒过去：促销期瞬时流量远超平时，网站服务器响应缓慢，首屏场景图和大量商品大图加载卡顿

5秒过去：终于看到产品图，但家具图片陈列单调，缺乏生活场景展示与搭配灵感

8秒过去：用户滑动页面发现几乎都是产品参数，如尺寸数据、木材术语，缺少真实空间搭配建议与生活场景展示

最终：用户带着失望扬长而去

传统独立站痛点

网站加载慢

视觉体验差

场景内容少

加载缓慢，用户耐心流失，尤其遇到流量高峰，大促节点，页面直接卡死

设计缺乏吸引力，独立站首页视觉和产品页风格单调且重复

内容以信息罗列为主，缺乏产品认同，无法激发购买欲，用户留不住

根据 Google 研究，若网站加载时间超过3秒，53%的移动用户会直接离开，相当于每年损失数百万潜在订单。

> 3秒

网站加载时间

→

53%

移动用户离开

→

数百万

潜在订单损失

↘

期待适配解决方案赋能

技术性能赋能

品牌视觉赋能

场景内容赋能

提升页面加载速度，确保在高流量、弱网等复杂环境下流畅访问，避免用户流失

通过多样化视觉设计与人性化交互，塑造专业、可信的品牌形象，增强用户好感与停留意愿

将产品参数转化为用户可感知的场景内容，通过内容结构化与叙事化，提升说服力，促进购买

打造更优于同行的购物体验，有效提升用户转化

——秒级加载、稳定流畅、精美视觉、沉浸式场景

SHOPLINE OS 3.0 主题为彻底解决系统性能与用户体验瓶颈，以行业领先的全新自研渲染引擎语言 Sline 为核心动力，深度契合复杂业务场景，叠加更精细灵活的可编辑模块及移动端配置界面，确保后台编辑流畅高效，更实现前台页面“秒级加载”，极大提升用户访问体验，有效促进转化。

OS 3.0主题：“秒级加载”速度叠加模板性能全面提升，打造更优体验，有效促进转化

自研渲染引擎带来更快速模板性能

核心亮点：

SHOPLINE 基于自身复杂业务场景，从零打造、拥有完整独立知识产权的 Web 引擎框架。

业务提升：

在高并发流量环境下，系统仍可保持瞬时响应，显著降低跳出率

10倍+

核心渲染性能
超越同行

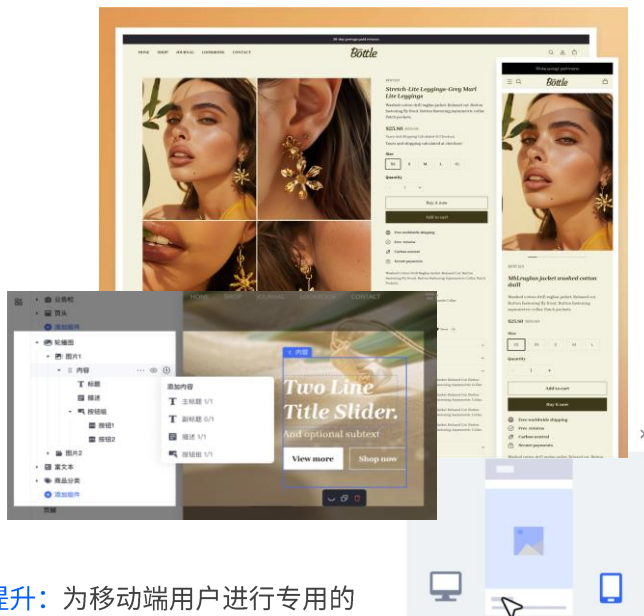
更精细灵活的可编辑视觉

核心亮点：

更精细的可编辑组件，新增至多8级的多级结构，精准调用 App Block，实现原子级的沉浸式场景布局设计

业务提升：

轻松定位特定元素（销售标签、加购、立即下单等）以实现更符合顾客消费习惯的配置，有效促进转化



移动端配置界面，小屏体验升级

核心亮点：提供专用于移动端的布局配置界面及更多样性的移动设备预览选项，打造更优的移动端响应能力和使用体验

业务提升：为移动端用户进行专用的布局设置，保证移动端更优体验，通过专用于移动端排布，显著提升 SEO 排名

切换移动设备视图进行编辑

可切换设备类型为移动设备，进一步编辑网店在移动设备的展示样式

返回

3 / 5

下一步

4倍

渲染速度

1.8倍

浏览器响应速度

排名提升

移动端 SEO

杰西亚（Z Gallerie）迁移至 SHOPLINE 后 店铺加载速度大幅提升，品牌视觉升级

杰西亚集团旗下家居品牌 Z Gallerie，于2025年7月将其品牌站点从 BigCommerce 迁移至 SHOPLINE，并采用全新 OS 3.0主题。新站点不仅1:1还原视觉，更在加载速度、运行稳定性与结账体验上显著优化，同时强化数据追踪与用户运营能力，显著升级品牌视觉。

凭借 OS 3.0主题实现独立站加载速度与美学体验双提升

独立站整体性能显著提升

速度加快反应灵敏：

页面主要内容平均2.5秒内实现完全加载；点击、滑动等操作响应速度低于200毫秒，操作体验更顺滑

助推业务增长：

上线 SHOPLINE 3.0 后，所有消费链路迅速实现平稳落地，GMV 显著提升

装修升级+移动端配置展示/预览

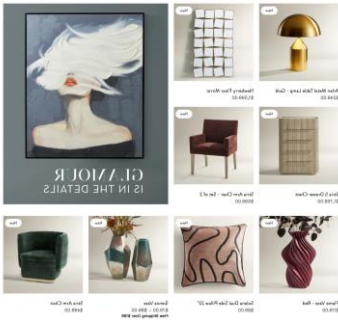
灵活组件和装修能力：

轻松搭建视觉丰富，效果多样的活动落地页，根据不同商品特点，打造最适配的“商品橱窗”

移动端独立配置能力与多机型实时预览：

轻松为移动用户提供顺滑浏览体验，并结合底层 SEO 优化，显著提升自然流量与转化潜力

Z GALLERIE



成效显著

52.4%
店铺加载速度

45%
交互响应提升

89%
浏览稳定性

商家证言



升级 SHOPLINE OS 3.0主题后，支持原子级组件定制和复用，对品牌视觉一致性也是一次完整升级，尤其是品牌字体。最让我们惊喜的是装修自由度——尤其是对家居行业来说，商品的展示方式直接决定消费者的购买意愿。通过OS 3.0的拖拽式布局和可视化组件，我们可以轻松打造沉浸式场景陈列。就连技术同事也反馈开发效率变高了，再加上平台本身的安全保障，让我们能更专注业务创新。

——Z Gallerie 电商负责人



洞察黑洞引发判断及决策失准

——广告投给了谁？用户因何转化？又为何流失？

商家似曾相识的场景

为持续吸引用户，某新锐服饰类出海品牌投入高额广告费用，希望通过社媒广告及搜索引擎广告精准触达追求时尚潮流的用户。然而，数据表现却令人困惑：

- 广告点击量可观，但多数访客只逛不买，加购、收藏等中间行为缺失，无法明确流失环节；
- 在完成首单的顾客中，大部分“一次性”购买，复购率长期低迷，获客成本居高不下；
- 营销团队复盘时陷入争论——是产品问题？广告定向不准？还是页面氛围及体验感差？

传统独立站痛点

用户旅程断层

仅看到“访客-支付”的最终转化结果，“加购、收藏”等中间环节行为数据缺失，加购后弃单、结算时退出等关键流失点也无法识别

投放成本攀升

多渠道广告投放后，难以判断各渠道转化成本，致使后续投放只能跟风追加预算

复购运营低效

缺乏精细化运营能力，未针对不同客群制定分层运营策略，无法有效打动高价值客户

出海商家海外营销方式选择

平台竞价引流	46.0%
SEO搜索引擎优化	44.0%
站外付费广告	36.5%
社交营销	36.0%
网红营销	27.0%
邮件营销	13.5%

20%—40%

约四分之一出海商家海外营销投入占总营收比例为

20%

超六成出海商家海外营销投入占总营收比例为

期待适配解决方案赋能

全旅程可视化分析

追踪用户从“广告触达→加购→支付”全路径分析，精准定位流失节点，为分析用户留存提供明确依据

全链路广告归因

建立科学的归因分析体系，精细化效果评估，明确高转化流量来源，终结盲目投放，节省广告支出

全会员分层运营

整合数据构建客户价值分层模型，例如，为高价值客户触发专属权益，从而系统化提升客户留存

更清晰地“看见”消费者，实现精准触达与持续复购

——消费旅程管理、精准投放、分层运营、会员复购

在数字营销中，精准的数据洞察是增效的关键。通过对广告数据的系统分析，精准衡量每次点击的转化价值，旨在为优化策略、驱动业务增长提供核心依据。

SHOPLINE 深度透视顾客消费旅程，独家提供七层转化漏斗和桑基图，展示七个节点转化表现，跟进每一个转化节点，洞察流量在营销触点的流动，可深度洞察到流失风险机会点，帮助商家精准评估营销效果，更加高效优化营销策略。

SHOPLINE 七层转化漏斗：洞察站内用户旅程，跟进每一个转化节点



独家全链路数据归因：实现更精准的人群行为归因、标签识别及数据即时回传

行为追踪更全面：30天全链路归因

采用30天全链路访客行为追踪，相比行业常用末次归因，实现更长链路跟踪和归因

统计访客30天内所有 session 下行为全路径，包括商品浏览、商品加购、到达结算的总次数，全面分析各投放渠道贡献

模型更先进：超越行业标准

SHOPLINE 模型：首次归因 + 末次归因 + 线性归因 + 独家全链路数据归因

该模型具备长周期、多触点行为的综合分析能力等领先优势

根据《哈佛商业评论》一项调查，客户留存率每提高5%，公司盈利可以提升25%至95%。面对流量成本飙升，品牌独立站“会员分层”“会员贡献”“会员生命周期”的追踪及管理至关重要。SHOPLINE 深刻理解用户需求，面对积分体系运营门槛高等难题，推出会员系统，沉淀品牌客群，持续强化复购会员运营。

SHOPLINE 会员系统：沉淀品牌客群，插件官方自研，集成能力强，玩法更多功能

AI 定制会员方案配置

利用 AI 大数据模型，个性化定制最优积分方案。无需经验，一键启用，即刻激活会员增长

自由配置积分获取&使用方式

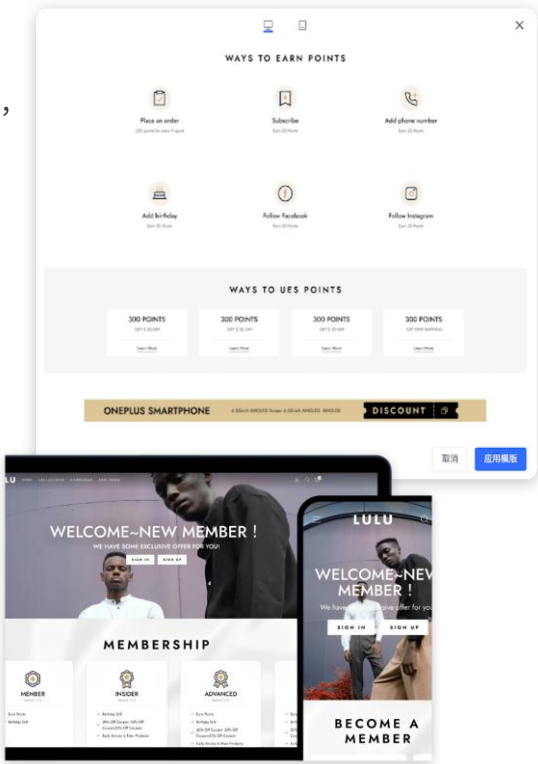
12 种获取积分的方式，和 5 种积分使用方式，自由搭配积分玩法

推荐管理

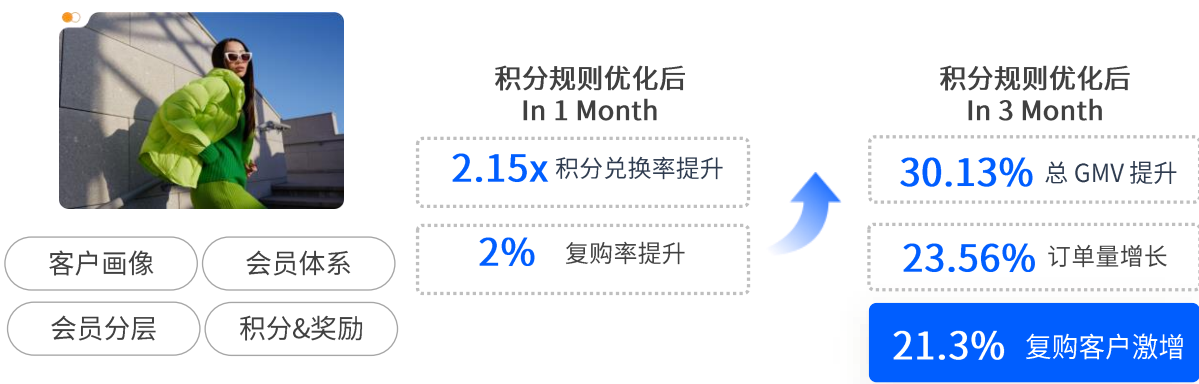
会员形式的裂变玩法，不同于红人分销，老客户裂变更具备说服力，熟人经济转化率更高

集成兼容能力强大

插件官方自研，与 SHOPLINE 平台其他插件自动集成，可一键授权使用，自动精准同步数据



某时尚女装店通过 SHOPLINE 等级会员和积分规则提高客户留存率



Sunnystep 利用 SHOPLINE 会员系统，复购会员持续增长，有效提升客户留存率

品牌简介：Sunnystep 是一家专注高品质、舒适鞋履的时尚鞋类品牌，与 SHOPLINE 合作后，其新加坡门店翻倍至14家，并成功进军马来西亚市场，实现了销售额314%显著增长，联盟营销转化率达到了11%，超过行业平均水平。

凭借 SHOPLINE 会员系统奖励计划，促进客户积累，提升客户忠诚度

专属福利 提升会员体验

通过 SHOPLINE 会员系统实施分级奖励计划，会员可兑换长袜、雨伞等独家商品，或享受生日折扣等特权，有效提升客户好感与忠诚度

全渠道整合 无缝触达客户

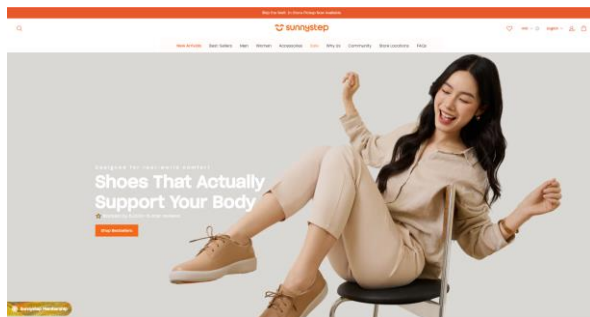
POS 系统高度集成，打通线上线下数据打通，支持品牌在所有销售渠道识别会员身份，并进行精准触达与有效留存

数据验证 复购持续增长

自系统上线以来，成效显著，复购会员数量呈现逐月稳定增长的良好态势，验证了会员运营策略的有效性

OMO 赋能 驱动业务增长

线上线下融合（OMO）的会员运营模式，成功促进了会员数量积累与客户忠诚度的飞跃，为整体业务增长提供了核心动力



sunnystep



商家证言



一个强大的会员系统，对于与客户保持良性互动至关重要，**SHOPLINE 提供了一个非常全面的会员系统**，我们可以定制不同的会员等级和相应奖励。利用 SHOPLINE 会员系统，我们向客户发送个性化信息，还能查看客户的购买历史和客户资料，这对于跟进客户并与他们持续互动很有帮助。

我们需要统一商业生态系统内的引流、转化、增长、CRM 和营销计划，包括线上和线下店铺一体化的能力。SHOPLINE 提供了我们所需的一切。

——Sunnystep 创始人

同质化模板式运营阻碍效率提升

——多年累积的运营经验为何换不来高效率和高转化？

商家似曾相识的场景

某智能穿戴品牌围绕“科技生活”功能开展运营，但运营效率低、转化不及预期：

- 运营团队耗时费力撰写产品评测与技术解析，因 SEO 关键词偏离用户需求，内容自然曝光量低，被迫持续追加广告预算；
- 站内“配件搭配推荐”依赖人工设置，推荐不精准导致用户不匹配；营销邮件群发缺乏个性化，新品触达打开率不足；
- 客服70%时间花在“设备兼容性、软件安装及基础操作”等重复咨询上，人工成本高且响应延迟

传统独立站痛点

内容与 SEO 优化困境

SEO 靠手动查词，选品仅参考过往销量，商品推荐凭主观判断。一旦判断失误，流量少且转化率低

74%

消费者对标准化内容心生反感

缺乏个性化推荐与触达

内容推荐与触达缺乏用户分层，展示商品同质化，导致用户难找到心仪商品，邮件打开率低、加购率、触达率、转化率持续下滑

10%-20%

有效的个性化营销可以提升收入

客服陷入重复劳动

客服无法24小时即时响应咨询，有时因忙碌导致回复不及时，降低用户体验，人工成本高

5%-10%

AI 提高用户满意度与参与度

期待适配解决方案赋能

内容生产智能化

利用 AI 工具自动化完成关键词挖掘、文案生成与优化，提升内容创作效率与搜索流量

营销推荐与触达个性化

基于实时行为数据，在首页、商详页、邮件营销中通过智能算法实现”千人千面”个性化推荐及触达

客户服务自动化

引入 AI 客服解答常见问题，实现高效、精准的用户运营，提升效率与体验，减少人工成本

更精准的全链路智能运营，突破人效天花板

—— AI、自动化、场景化、个性化

人工智能（AI）、大数据及云计算等数字技术正深度重塑电商运营全链路。Bloomreach 数据显示，84%的电商企业将 AI 列为核心策略，说明利用 AI 突破“人力驱动效率天花板”已成为行业共识。

SHOPLINE 智能运营以 AI 驱动为核心，在主站和插件中内置了一系列 AI 能力，打造覆盖全场景全链路的智慧解决方案，让 AI 从“专业技术壁垒”变成“人人可用且易用”的智能工具，帮助商家提升运营效率，降低使用门槛。



SmartPush：EDM 智慧触达工具，根据消费者行为/偏好实现智慧精准触达

EDM智慧触达工具

与 SHOPLINE 无缝数据串接

- 数据不丢失，数据维度多，支持90天回溯
- 更精准的邮件营销

个性化定制邮件内容

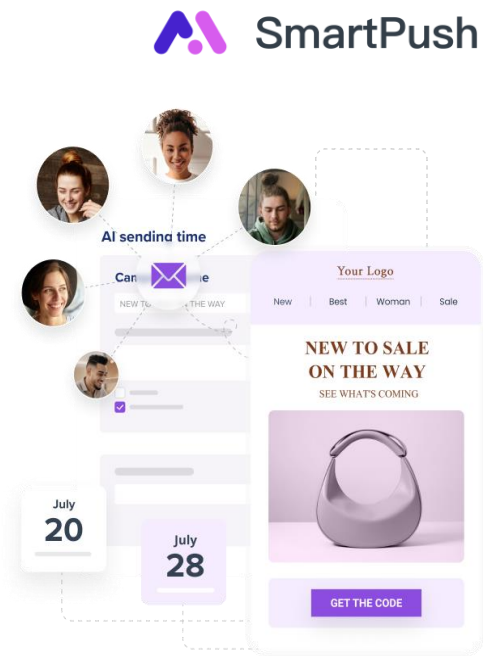
- 基于购买行为个性化定制邮件内容
- 通过千人千面的邮件内容
- 5%-20.2%助力点击率提升

AI 预测最佳发送时机

- 基于大数据算法模型动态用户行为学习用户偏好
- 在最佳时机触发邮件发送
- 2.5%-33.7%助力提升打开率

高精度行为触达

- 采用服务端+客户端混合上报
- 浏览未购和加购未结账行为，识别率高达行业主流水平两倍以上
- 召回邮件转化效果大幅提升



99%以上

高送达率为商户提供远超行业平均水平的触达质量

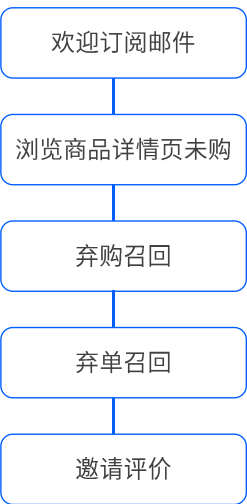
100m/h

超快发送速度，最高可下百万及千万级别

100%

覆盖海外邮件商平台，手机端、电脑端口高度适配

自动化 Flow 全流程配置



配置一次长期受益

SmartPush 数据显示，通过配置相关节点自动化邮件营销策略，商家可以将 EDM GMV 占比提升至5%

一键启动轻松实施

SmartPush 内置精心设计并配置好模板，每封邮件之间的时间间隔是基于用户行为的深度分析

五大类型营销场景模板

- 大促节点 (节假日/购物节)
- 新品推荐
- 店铺日常促销
- 品类推荐
- 店铺品牌日/市场热点内容营销

快速配置邮件提升营销效率

SmartPush 针对五个最核心的邮件营销节点，提供与营销目标及客群精准匹配的高效模板，助力团队快速配置，提升整体营销效率与效果

闪极（SHARGE）通过 SmartPush 系列化解决策略，对用户实施精准分层管理，以自动化任务大幅提升运营效率

品牌简介：闪极是一家于2020年创立的科技先锋企业，致力于为用户带去更大价值的3C产品。消费者对科技产品的需求不断增长，是全球化和技术进步的必然趋势。

闪极拥有丰富多样的产品线，从引领行业的氮化镓充电器到独具匠心的透明移动电源等，凭借精湛工艺、强大性能与时尚设计，深受广大数码消费者的赞誉与信赖。

品牌痛点：面临价格战、用户运营障碍、邮件打开率低、设计同质化严重等问题

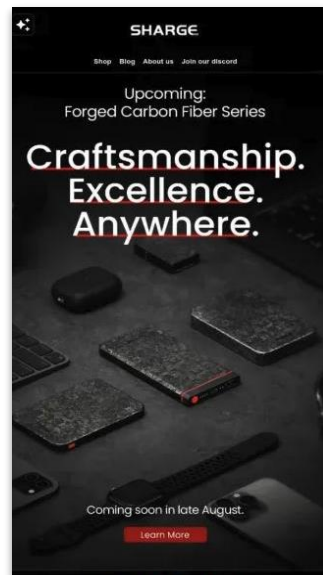
SmartPush 解决方案赋能

- 以邮件促活改善邮件运营效果；
- 以追踪匿名访客挖掘潜在用户来助力用户运营；
- 以自动化任务提升运营效率；
- 以 A/B 测试优化设计与运营策略

15%
GMV 占比

25% → 45%
邮件打开率

SHARGE



商家证言



由于高端化的品牌定位，我们对精细化运营的要求极高。通过 SmartPush 对用户进行分层，不仅能有效管理用户标签，还能累积对未来营销推广活动至关重要的数据。

——闪极 品牌负责人

单一卖货模式限制规模增长

——运营孤岛、数据割裂，业务扩张缓慢

商家似曾相识的场景

- 某服装品牌独立站投放“新用户首单5折”广告，用户因登录流程繁琐放弃，转App下单时发现优惠券无法同步，转头离开
- 独立站显示某款女装产品“库存充足”，用户线下门店试穿后扫码线上购买，却因线上线下库存未同步导致订单取消
- 贸易不确定性增加，单一市场风险加剧，竞品纷纷发力全球化扩张，多市场布局迫在眉睫

传统独立站痛点

全域数据割裂

网页端、App、社交媒体等多渠道间数据、账号及库存体系相互割裂，导致营销活动无法同步，影响客户留存

线上线下协同能力缺失

线上商城与线下门店库存、订单及会员系统分离，无法实现线上下单，门店自提/退货等一体化服务，品牌体验不一致

全球化业务扩张受阻

只运营单一市场站点，抗风险能力弱，缺少多市场开拓及本地化适配能力，全球化战略推进缓慢

全球转化率优化机构 Invesp 数据显示，深度参与全渠道战略的企业，其平均客户留存率可达89%；相比之下，全渠道战略参与度较弱的企业，平均客户留存率仅为33%

70%
消费者希望尝试通过全渠道购物

89%
深度参与全渠道战略企业平均客户留存率

>

33%
渠道参与战略较弱企业平均客户留存率

期待适配解决方案赋能

全域联动方案

全域数据打通，用户行为数据共享，体验升级驱动用户增长与留存

线上线下一体化方案

线上线下一体化提升转化，精准匹配用户需求，提供一致的品牌体验

多站点管理方案

提供管理多市场站点、本地化合规等解决方案，降低扩张复杂度与运营成本

数据来源：麦肯锡、Invesp

更强悍的多样化商业变现能力，持续拓宽盈利空间

——全渠道一体化，市场多元化，深度本土化

在厘清多元变现的核心挑战与关键命题后，SHOPLINE 通过服务升级支持品牌整合线上、App、线下门店、B2B 及联盟营销等多元销售模式，将独立站打造为全渠道运营中枢，通过全渠道数据整合及优化，形成360°用户画像，进而实现更精准的个性化营销与高效运营，最终提升全域变现能力。

SHOPLINE Shopper App: 打造品牌专属App, 玩转私域激发增长

SHOPLINE Shopper App 为商家提供品牌专属购物 App 的全场景解决方案，构建独立的私域流量池助力流量转化与会员留存，实现线上线下全渠道融合，强化用户粘性、提升客户复购，驱动全方位业务增长。

搜索优化与专项折扣

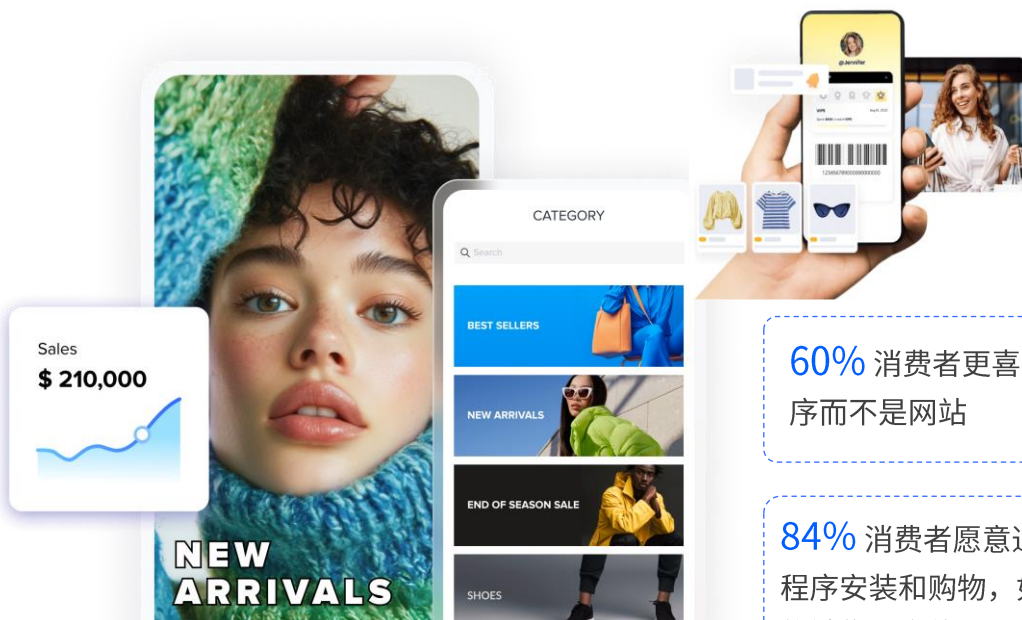
智能搜索与 App 专属折扣相结合，有效提升转化效率与客单价

原生体验与自定义设计

依托强大设计工具与流畅原生性能，保障响应速度与购物体验

全渠道洞察与精准留存

通过 App 专属营销与线上线下一全渠道数据打通，实现深度用户洞察与长期留存

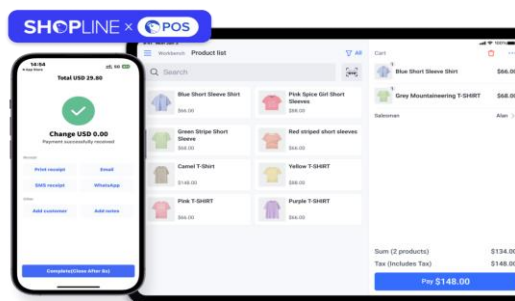


SHOPLINE POS：线上线下一体化零售解决方案

- 商家通过集成 POS 与会员系统，实现全渠道（线上/店内/社交/消息）的客户获取与深度运营
- 借力“线上下单+门店自提”等统一商业能力提升消费体验。同时支持基于库存与趋势的跨渠道智能定价，动态优化零售策略

四大独特卖点

- 全渠道销售与跨店履约
- 灵活的定价与促销机制
- 与 SHOPLINE 自研原生会员系统打通
- 更加贴近实际业务场景



中国品牌出海呈现多元化市场布局趋势。亿邦智库调研显示，美国仍是核心市场，欧洲（34.2%）、日本（18.5%）及东南亚（16.2%）已成为出海商家计划首要拓展的三大市场。

80% 
全渠道策略提高实体店顾客量

一站卖全球，SHOPLINE 解决方案轻松管理多站点多渠道，加强本地化体验

一店卖全球：统一平台高效运营多市场

支持在单一店铺内统一配置并管理全球多个市场，自动适配多语言、多货币及本地化定价，显著提升各国市场交易转化率，实现一店卖全球

多市场库存配置：支持多仓联动与灵活调拨

支持多市场库存，可在大促期间实现库存快速调拨，保障全球售卖不断货、不压仓

本土化页面装修：超级菜单驱动精准营销

通过「超级菜单生成器」，可为不同国家市场定制个性化的导航菜单与页面内容



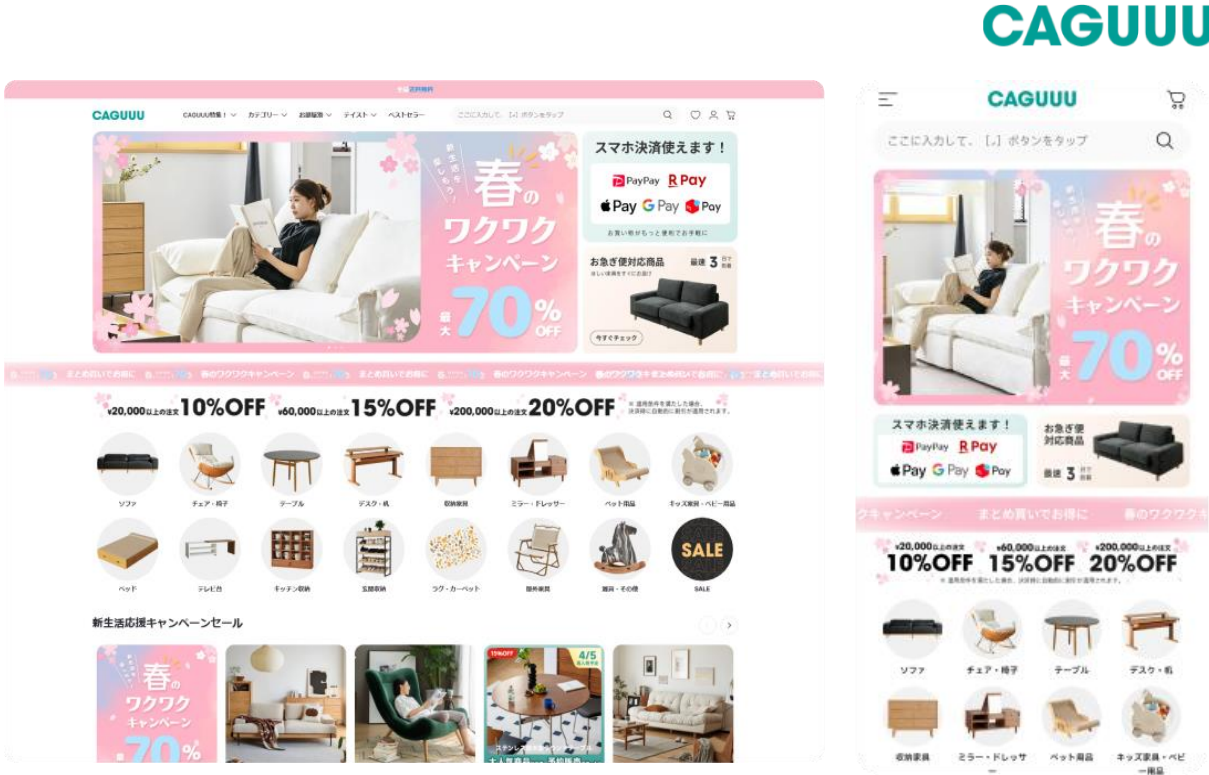
62.5%
商家表示需要提升本地化能力

卡谷（Caguuu）借助 SHOPLINE 自研 Shopper App 解决方案，三大核心能力升级驱动转化率半个月提升20%

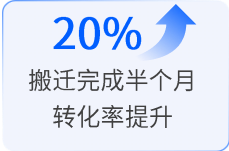
品牌简介：卡谷（Caguuu），由前SHEIN日本市场负责人创立。2024年全球家具电商销售市场TOP5为美国、中国、德国、日本及英国，日本位列第四。卡谷紧抓市场机会，凭借日本顶级资本注资（估值1000万美金）精准切入日本家居赛道。

借助 SHOPLINE 自研 Shopper App 解决方案，实现三大核心能力升级

- **账号体系打通：**App与网页端实现账号互通，登录态共享，下单和支付流程一致
- **会员深度运营：**通过 App 专属折扣券、积分翻倍等活动精准触达用户
- **用户体验重构：**在视觉和操作两大维度全面优化，结合丰富的前端个性化定制和消费旅程梳理，带来顺畅优雅的浏览与支付体验



搬迁至 SHOPLINE 后



数据来源：Statista

全链路闭环缺口制约长效增长

—— 高价值流量为何在支付、物流及迁移环节流失？

商家似曾相识的场景

某位追求品质的智能家电买家选中心仪产品，填写完信息却卡在支付页，由于本地支付方式缺失，高潜订单白白流失；

同时，该买家是亚马逊 Prime 会员，习惯于享受 FBA 当日达/次日达快速物流，当发现独立站无法提供同等配送服务时，购买意愿迅速冷却；

此外，受制于当前独立站技术架构，插件冗余互斥，形成数据孤岛，导致系统性能低下、转化持续下滑。高昂的迁移成本使商家运营团队疲于维护，难以抽身。

传统独立站痛点

支付转化瓶颈大

本地化支付方式覆盖不足，结算流程复杂，导致整体转化率低下

20%

消费者因本地支付方式缺失放弃订单

平台站流量承接难

难以有效承接平台流量与用户资产（如 Prime 会员），无法复用平台权益为独立站赋能，实现1+1>2的效应

独立站迁移成本高

数据资产、用户资产与信任难平移，定制需求响应慢，缺乏专业团队实时服务

50%+

亚马逊 Prime 会员更愿意在提供 Prime 福利的品牌独立站复购

期待适配解决方案赋能

支付体验优化

接入主流本地支付方式，简化结算流程，实现一键支付、分期付款等增值功能，打通支付“最后一公里”

会员权益互通

建立平台会员与独立站的权益互通机制，设计专属会员成长体系，获取增量，提升复购率

迁移服务保障

提供可集中管理多市场站点、本地化合规等解决方案，降低扩张复杂度与运营成本

更可靠的业务增长引擎，驱动良性循环及价值提升

—— 支付赋能、无损迁移、Buy with Prime

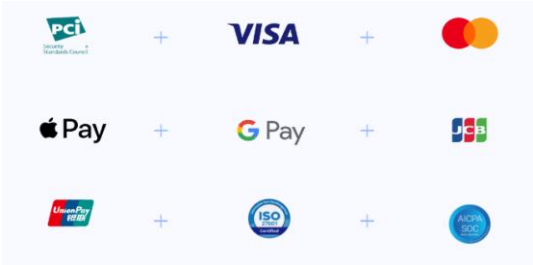
支付赋能增长：SHOPLINE Payments 支持主流支付方式及零平台抽佣，保证高支付成功率

跨境支付是跨境电商的战略基石，其能力决定了出海商家业务的安全合规及全局效率。尤其当拓展新站点时，本地化支付方式的覆盖能力往往成为打开市场的第一把钥匙。

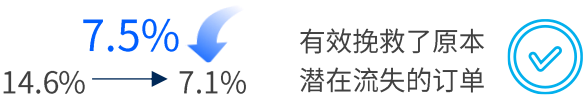
支付方式覆盖全：支持 Credit Card / Debit Card / Apple Pay / Google Pay / Klarna 等多种支付方式，覆盖95%的消费市场

功能性强：包含多市场本币支付、快捷支付、定期扣款等，同时，SHOPLINE Payments 交易手续费已包含平台佣金

全球数字支付技术和业务资质全牌照



某服装商家选择 SHOPLINE Payments
弃单率降低一半，几乎腰斩



搬迁增长：SHOPLINE 无损搬迁及高响应服务，保障业务无缝衔接与增长

无损迁移方案：SHOPLINE借助【多平台店铺一键搬迁】工具，支持将其他平台，如（Shopify、Shoplazza、WooCommerce）店铺数据快速迁移至 SHOPLINE。针对 Google 广告渠道保持数据统一避免广告效果损失。与此同时，配有专属项目经理+运营专家+客户成功经理组成的专业团队提供7/24 高响应护航服务。

店铺资产完整复刻
销售力只增不减

域名后置迁移
新老店铺无缝衔接

支持原商品ID 植入
广告效果不打折

保持SEO优势
搜索引擎排名不下降

1000+
已搬迁店铺数

9亿+
数据已成功搬迁

701万
订单已达成

1亿+
Feed数

全球消费者线上购物驱动因素调研数据显示，50.6%的消费者重视“免费配送”、30.4%的消费者选择“次日达”，说明高效且低成本的履约服务已成为赢得消费者忠诚的关键。对于独立站商家而言，能提供媲美大型平台的高效快速履约服务，是获取高价值客户、快速提升转化的关键突破口。

创新增长：SHOPLINE 与亚马逊达成战略合作并共同推出全新升级的“Buy with Prime”

唯一免实体限制的 Buy with Prime 合作平台

SHOPLINE 是当前唯一与亚马逊 Buy with Prime 深度合作的电商解决方案平台，其核心优势在于解除了商家需拥有美国实体企业的限制，大幅降低接入门槛

独立运营与自主支付

使用 Buy with Prime，不限制商家主体，无需在 amazon.com 开展销售，无需绑定 Amazon Payment，可根据业务需求选择支付方式，为消费者提供无缝和便捷结账体验

提升转化和信任

添加“Buy with Prime”标识，为亚马逊 Prime 会员提供免费快送、无缝退货等权益，打造流畅购物体验，有效推动转化率提升

混合购物车轻松提升客单价

支持 Prime 和非 Prime 商品添加到购物车中及合并结算，轻松拉升独立站平均客单，实现业绩增长

Buy with Prime - Fast, free delivery



BUY WITH PRIME ALL JEWELRY ▾ PERSONALIZED GIFTS ▾

16%
平均客单价提升

95%
使用过的用户表示
会再次选择此服务



Grandmother & Grandson
A link that can never be undone

FOR GRANDSON - GRANDMOTHER...

From \$29.90 USD

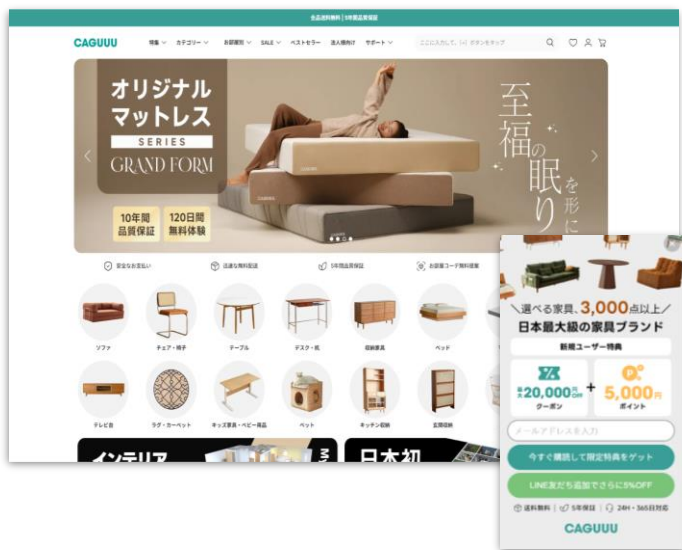
 **prime**

Get it as soon as Tomorrow Sep 23

 Fast, free delivery  Easy returns

卡谷（Caguuu）无损迁移后， 通过 SHOPLINE 重构用户关系，驱动数字化升级及创新增长

品牌简介：时尚家居品牌卡谷成立于2024年5月，总部位于日本东京，专注于整合中国家具供应链资源，通过品牌化运营为日本等海外市场提供高性价比、高丰富度的家具家居产品。



分层权益体系：卡谷基于迁移后的会员数据，通过差异化权益满足不同层级会员需求，提升会员粘性与复购意愿，最终实现复购率大幅提升。

精准运营活动：借助 SHOPLINE 提供的数字化能力，卡谷针对会员开展精准运营活动，例如推出 App 专属折扣券、积分翻倍等活动，精准触达会员用户，激发会员消费潜力，强化会员与品牌连接。

商家证言



日本消费者对品质和体验的极致追求，决定了我们不能只依靠价格或单一产品取胜。卡谷始终坚持将中国供应链的高效与日本品牌的精细化运营深度融合，通过数字化能力和体验创新，为用户带来真正有价值的家居产品。

迁移后，SHOPLINE 为卡谷带来了前端体验、会员运营和 App 等全方位的数字化升级，让我们的品牌出海之路更加坚实，让‘体验驱动增长’成为可能。

——刘三勇 卡谷电商创始人、CEO

PART THREE

延伸： 生态协同可持续增长



生态化服务是迈向未来电商高质量发展的关键支撑

跨境电商步入精耕细作时代，品牌的竞争已演变为其背后整个运营体系的较量。独立站作为品牌直面用户的主阵地，其运营涵盖选品、建站、营销、支付、履约等诸多环节，任何一环的短板都将制约整体发展。因此，通过整合优质资源构建品牌独立站服务新生态，提升全链路协同效率及全场景服务能力，已成为支撑品牌全球化可持续发展的“新基建”，更是迈向未来电商高质量发展的关键支撑。



SHOPLINE 联动合作伙伴打造全球生态，驱动业务无界增长

SHOPLINE 携手跨境出海各领域优秀服务商，构建全球生态合作网络，旨在通过生态协同，无缝整合选品、建站、营销、技术、支付、物流等全链路资源，为品牌独立站商家提供一站式解决方案，共同驱动业务可持续增长。

选品与供应链



建站与技术支持



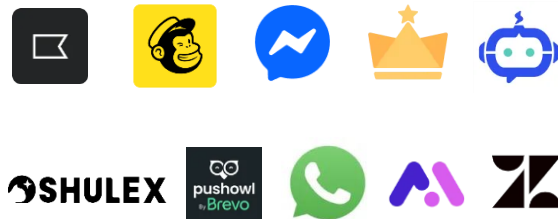
销售渠道



运营推广



用户服务



金融与支付



履约与售后



SHOPLINE 以自研应用为核心，构建全链路产品护城河

以自研应用为核心，SHOPLINE 构建产品护城河。其应用商店提供250多款插件，自研插件超100款，能为品牌独立站提供端到端全链路零售解决方案。这种深度自研模式，能够更精准、更高效地解决商家在业务增长中遇到的实际难题，确保系统的稳定性、安全性与服务的深度集成，从而为商家提供一体化的优质体验。

SHOPLINE APP Store 250+产品插件、100+自研插件全面支撑端到端零售业务需求



SHOPLINE 坚持做自研的底层逻辑——破解品牌独立站运营难题

商家遇到核心难题

- 缺乏统一服务界面，运营效率差
- 出了 Bug 没人管，维护难保障
- 网站加载速度明显变低
- 插件多付费，增加用户综合使用成本
- 数据难打通，功能不适配

自研产品链具备更高自由度

- 在研发阶段进行网页加载适配—更流畅
- 自研插件数据交互更为流畅—更交互
- 对于用户生命周期管理有系统解决方案—更系统
- 每周更新发版，产品团队维护在线—更可靠
- 对齐甚至超越头部插件转化能力，降低用户筛选成本—更专业



EasyRank SEO



合作伙伴证言

在“生态协同”发展趋势下，SHOPLINE 持续构建的开放、集成、共赢的合作伙伴生态体系，正逐步转化为赋能全球化品牌的系统性优势。这一生态价值已获得来自技术开发、营销服务、合作平台、支付物流等不同领域众多领先合作伙伴的广泛认可。



“

通过 SHOPLINE Buy with Prime 应用，我们将亚马逊高效配送和库存管理优势带给更多品牌。通过帮助商家管理他们在美国的库存，并扩大他们对Prime会员的触达，这个应用将为SHOPLINE商家开辟跨境增长的新机遇。

--亚马逊全球副总裁、Buy with Prime 和亚马逊多渠道配送业务负责人 Peter Larsen

”



“

Meta 构建了帮助人们连接、找到社群和发展业务的技术，这一目标与 SHOPLINE 的使命紧密契合。自 2018年以来，我们与 SHOPLINE 保持着紧密全球合作伙伴关系，很高兴能够支持 SHOPLINE 持续增长。SHOPLINE 通过使用 Meta 最新 API 最佳集成，确保数据同步的一致性和准确性，从而为其客户带来了更高效的广告表现。

-- Meta 亚太区合作伙伴管理总监 Nadia

”



“

SHOPLINE 作为领先的跨境电商解决方案平台，凭借强大的产品能力和灵活的定制服务，助力众多商家品牌高效出海。其一站式建站、支付、物流和营销工具一应俱全，极大提升了客户运营效率和市场竞争力。

SHOPLINE 还积极构建开放共赢的生态合作体系，联合优质合作伙伴全方位赋能商家。期待未来与 SHOPLINE 深化合作，在产品创新、资源整合等方面协同发力，共同为中国品牌实现全球增长提供坚实支撑。

--- Airwallex 渠道生态合作伙伴总监 Stan Peng

”



作为 SHOPLINE 主题3.0的核心开发者，Corexpand 深度参与了平台技术架构的构建。我们专注于保健品、美妆、零食饮料等消费品类类的 DTC 出海解决方案，累计为数十个品类提供定制化主题开发服务。

SHOPLINE 平台的技术开放性和生态兼容性让我们能够充分发挥行业专长，针对不同品类的消费特性和合规要求，打造高转化的购物体验。平台强大的多语言、多货币、多支付方式支持，完美契合了出海品牌的本土化需求。

一熵减科技-创始人：孙素华”



SHOPLINE 为跨境电商品牌出海提供了很出色的解决方案。无论是品牌商家站点无损切换，还是本土化支持，SHOPLINE 都能提供实时、优质高效的服务。通过专业的品类建站经验赋能，为出海品牌带来平台级开箱即用最佳实践。

SHOPLINE 对同行和合作伙伴的生态支持愈发完善。Shulex 智能客服 Solvea 和 SHOPLINE 深度集成解决方案，为消费者带来了全新品牌服务模式，帮助出海品牌以更智能、及时、有效的服务打造全球品牌服务体系新范式，帮助优质品牌顺利抵达全球市场和消费者视野。

—SHULEX-产品总监：钟競糖”



在与 SHOPLINE 合作中，我们有三点深刻体会：第一是技术的前瞻性，其强大的系统性能为复杂运营提供了坚实支撑；第二是生态的开放与健康，使我们能够快速响应，为客户灵活构建定制化解决方案；第三也是至关重要的，是SHOPLINE团队的专业配合精神，他们始终与我们并肩作战，确保每一个项目都取得理想成果。

我们相信，与SHOPLINE 的深度协同，将能更好地迎接未来市场的变化，成为中国品牌全球化进程中可信赖的同行者。

—合鹄科技-创始人：老袁”



我们坚信跨境电商未来充满机遇，而 SHOPLINE 正是我们赋能品牌客户出海的核心基石。作为服务商，我们依托 SHOPLINE 完善的系统与灵活的解决方案，为客户快速搭建独立站，并在用户体验、运营效率和多市场适配方面实现突破。

当下全球环境复杂多变，SHOPLINE 帮助我们持续优化方案，确保客户具备稳健的出海能力。未来，我们希望继续携手 SHOPLINE，共同探索更多数字化创新模式，推动行业升级，助力更多品牌实现全球化愿景。

—Futura-创始人：刘扬一”



SHOPLINE，全球零售解决方案商和全球零售系统服务商，是一家总部位于新加坡，专注于通过独立站助力品牌出海的企业级技术服务公司。

“简单开放、追求极致、与客户共赢”是 SHOPLINE 秉持的企业价值观。迄今，SHOPLINE 已建立包括全球研发中心在内的约2000人国际化团队，搭建了从建站、流量、支付、物流到培训的全链路服务体系，并成功帮助多家企业实现品牌出海，服务包括 LEGO、ANTA、DESCENTE、FILA、Wilson、Salomon、SHARGE、iFLYTEK、Soufeel、Sunnystep、FUNNYFUZZY 及 LUSH 等全球知名品牌。

获取 SHOPLINE 产品动态、成功案例和出海干货，联系官方团队，欢迎扫码咨询



SHOPLINE 服务号



SHOPLINE 订阅号



亿邦智库是亿邦动力旗下产业研究咨询机构，以“更懂行业”见长，以“专业、专注和专家”为特色，有敏锐的新观点洞察，有一线调研数据，有鲜活企业案例，有电商及产业数字化方法论，在未来零售、跨境电商、品牌全球化、产业互联网等领域具有领先的智库品牌影响力。

亿邦智库也是长期为商务部、发改委等国家部委及各级政府，提供电子商务及产业数字化政策研究服务的知名专业机构。

报告主笔：亿邦智库首席分析师 樊飞
电子邮箱：fanfei@ebrun.com
获取最新行业报告，掌握市场深度洞察，请关注亿邦智库官网或欢迎扫码咨询



亿邦智库官网: <https://www.ebrun.com/yjy/>