36氪研究院
36KR RESEARCH

《2021年中国电商SaaS行业研究报告》

顺势而为，探索电商服务新蓝海

2021.07

报告摘要

- 本质上，电商SaaS属于电商服务业，为电商商家提供运营管理所需的各类软件及服务。
- **电子商务的蓬勃发展为电商SaaS注入新动能**
- 我国电商渗透率不断提升，带动电商SaaS的蓬勃发展。近年来电商领域出现的新形式与新业态，如去中心化私域电商、直播电商、跨境电商的涌现，为电商SaaS创造新增量。此外，在电商企业数字化转型浪潮下，商家对付费SaaS产品的接受度将进一步提升，预计到2022年，电商SaaS的市场规模有望突破千亿人民币大关。
- **电商SaaS产业链上下游区分较为明确，SaaS服务商承接上游基础设施的同时，为下游电商平台及商家提供SaaS产品及服务**
- 我国电商SaaS产业链上下游区分明确。上游是以云服务商、系统开发商、通信运营商为核心的基础设施供应商；中游则是电商SaaS产品研发及供应商；下游是各类电商平台及商家。下游商家因企业规模、战略、服务领域的区别，对电商SaaS的要求也是千差万别。
- **未来，电商SaaS行业竞争将日趋激烈，SaaS服务商可从产品、技术、服务、人才四方面打造自身护城河**
- 电商新业态的产生给电商SaaS带来机遇的同时，也提出了新挑战。顺应市场变化形式、提供更具针对性和个性化产品及服务的供应商有望在行业中脱颖而出，实现强者恒强。个性化的服务，离不开PaaS的支持，因而，SaaS向“SaaS+PaaS”模式转化的趋势日益明显，成为SaaS服务商竞相争夺的竞争高地。此外，各类技术的融合，也将持续赋能电商SaaS，推动电商SaaS产品向智能化、服务中台化方向演进，优化用户体验、切实推动电商客户降本增效。

*数据来源：光云科技招股书，36氪研究院

案例分析公司

光云科技

综合类电商SaaS服务商

微盟

私域电商SaaS及数字营销服务商

乐言科技

电商AI SaaS服务商

魔筷科技

直播电商SaaS和供应链服务商

鲸灵

私域电商AI SaaS服务商

相关研究报告

36Kr-2020年中国新经济十年研究报告（2020.12）

36Kr-2020年中国直播电商行业研究报告（2020.11）

36Kr-2020年中国智能客服行业研究报告（2020.10）

36Kr-2020年企业直播行业研究报告（2020.05）

36氪研究院
36KR RESEARCH

目录 CONTENTS

01 中国电商SaaS行业发展概况

- 定义与研究范畴
- 发展历程
- 发展背景与驱动

02 中国电商SaaS行业现状分析

- 产业链分析
- 市场规模
- 资本分析

03 中国电商SaaS行业典型服务商案例研究

- 光云科技
- 微盟
- 乐言科技
- 魔筷科技
- 鲸灵

04 中国电商SaaS行业发展趋势展望

- 行业发展趋势
- 行业生态趋势
- 技术应用趋势

01 中国电商SaaS行业发展概况

- 定义与研究范畴
- 发展历程
- 发展背景与驱动

电商SaaS本质为电商服务业，为电商商家提供经营管理所需软件及服务

- 我国电子商务服务业主要包括电子商务交易服务、电子商务支撑服务和电子商务衍生服务。作为电子商务服务业的重要组成部分，**电商SaaS涵盖了电子商务支撑和衍生服务，为电商商家提供经营相关的各类软件支撑与配套服务，服务内容包括并不限于客户关系、企业资源、市场营销等管理。**

图示：我国电子商务服务业内涵

- 随着我国电商高速纵深发展，电商商家对SaaS服务的需求也呈现多样化特征。目前，我国电商SaaS的主要服务领域包括商品及店铺管理、客户服务、数据应用及营销。

图示：我国电商SaaS主要功能及服务内容

36氪研究院
36KR RESEARCH

电商SaaS迈入纵深发展期，技术赋能趋势日益明显

- 我国电商SaaS萌芽于2006年左右，现已迈入纵深发展期。

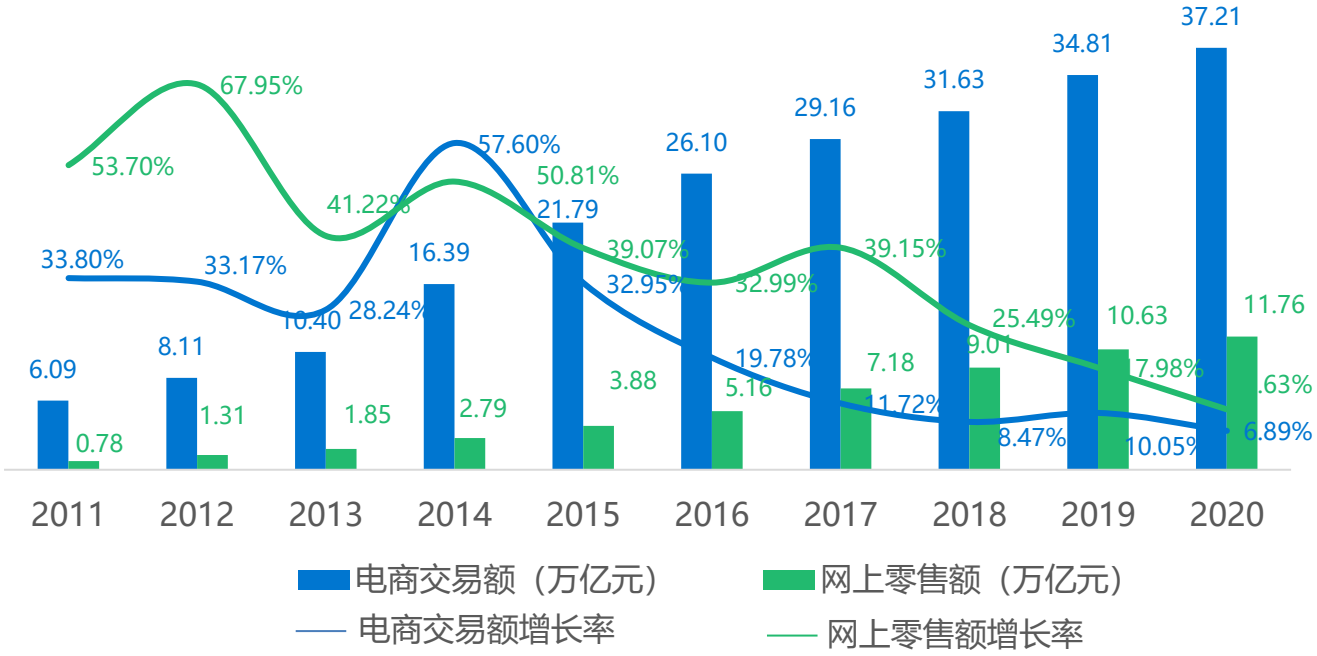
图示：我国电商SaaS发展阶段

- **探索期。**2006年，亚马逊公司推出专业云计算服务AWS，以web服务的形式向企业提供IT基础设施服务。随后众多公司纷纷加入电商SaaS行业，如阿里巴巴、腾讯等互联巨头纷纷推出自己的云平台服务，中国电商SaaS行业进入探索期。
- **高速发展期。**2014年之后，中国电商SaaS行业发展迅速。随着中国商业环境的改善及云计算理念的推广与普及，尤其是中国电子商务的加速发展，在电商领域出现了一批行业垂直类SaaS企业。这些初创期企业大多以单模块，如智能客服、营销管理等切入电商SaaS领域，并逐渐向综合类服务商转型，提供覆盖电商企业全生命周期经营管理需求的SaaS产品及服务。与此同时，传统的CRM及ERP厂商也开始向电商领域发力，推出适合电商商家需求的CRM及ERP系统。
- **纵深发展期。**在各类技术渐趋成熟的背景下，电商SaaS进入纵深发展期。各服务商之间竞争日益激烈，技术成为核心竞争要素之一。随着我国电商新形势的不断涌现，各服务商旨在通过技术赋能，满足电商商家快速变化迭代的经营管理新需求。

36氪研究院
36KR RESEARCH

我国电子商务蓬勃发展，进一步释放电商SaaS需求空间

- 政策利好、互联网基础设施逐渐完善、消费者购物习惯转变等因素影响下，我国电子商务实现了高速发展。而2020年突如其来的新冠肺炎疫情，消费者线下购物行为受阻，互联网成为主要购物渠道，推动消费习惯向线上转移，从而带动电商渗透率的不断提升。



图示：2011-2020我国电子商务交易额及网上零售额增长
数据来源：商务部，36氪研究院

- 电商的蓬勃发展，为电商SaaS这一电商配套服务业注入新动力。**电商SaaS能够服务于电商全场景及全链路业务，满足商家多样需求，助力其达到数字化运营的目的。**通过电商SaaS软件及服务，不具备IT基础设施能力的商家可在各电商平台及多渠道搭建电商小程序，统一管理货架展示、仓库存货以及发货物流。

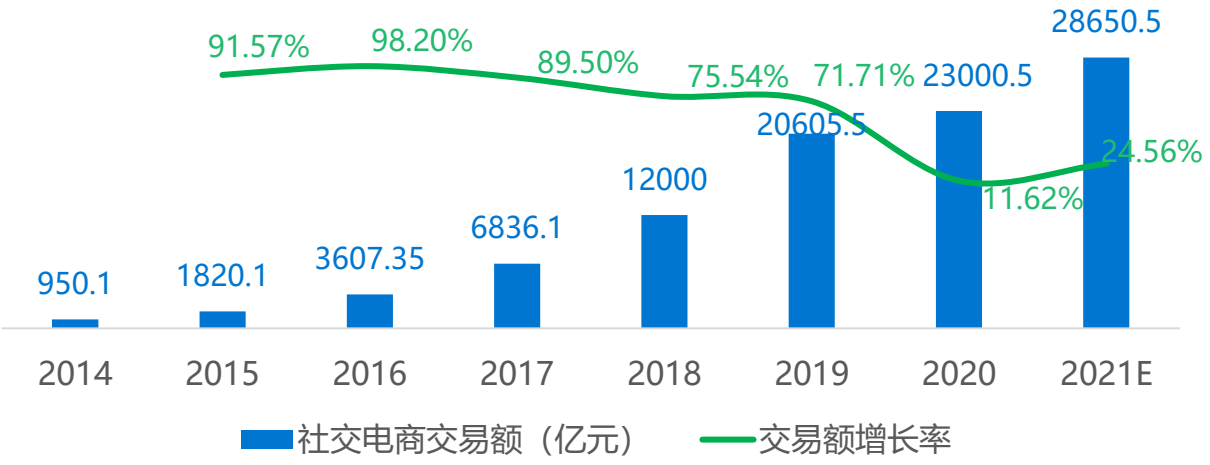
- 此外，随着我国电商进入精细化运营阶段，电商SaaS同样面临新的机遇与挑战。电商商家对SaaS产品及配套服务均提出更高要求。

36氪研究院
36KR RESEARCH

电商去中心化发展趋势不可逆转，为电商SaaS注入新动能

- 历经十余年的高速发展，我国电商流量红利逐渐消失，中心化电商平台获客成本随之水涨船高：阿里、京东和拼多多的获客成本已分别由2017年的310、225、7元提升至405、298、180元，且未来仍有进一步上涨的趋势。*

- 中心化平台的获客痛点，为去中心化电商带来机遇，社交电商发展迅猛。 在社交电商场景中，用户既是购买者也是推广者，传统的“人找货”模式向“货找人”演进，转化效率不断提升。



图示：我国社交电商交易额
数据来源：艾瑞咨询，36氪研究院

- 目前，小程序、社群、直播已成为我国去中心化电商的主要布局：微信数据显示，2020年小程序服务商的数量同比增长40.8%、小程序GMV同比增长182%；建立微信社群、开启直播已成为企业私域流量运营“标配”，而电商直播观看人数也由2020年3月底的5.67亿增长至2021年同月的7.61亿。**社交电商的火热可见一斑。

- 不同于传统中心化电商，社交电商具有独特的获客与流量运营打法及逻辑，对电商相关的配套服务提出了新要求，从需求端为电商SaaS带来更多发展机遇。

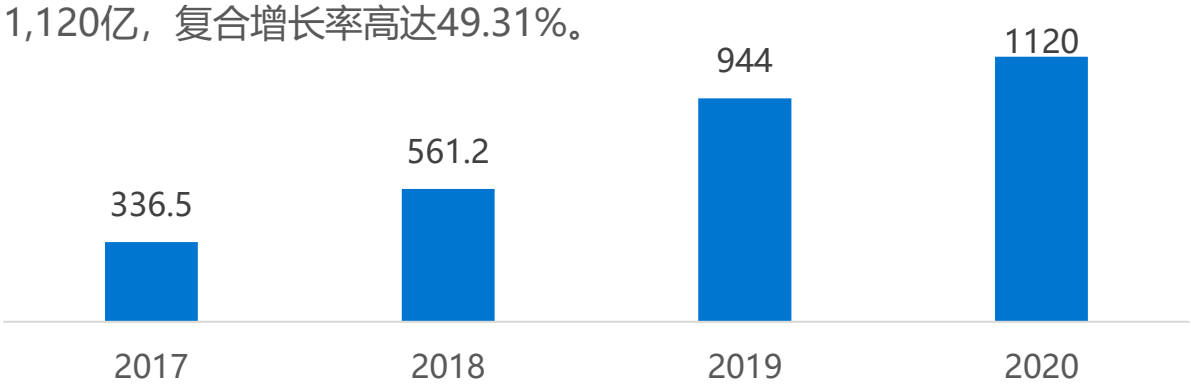
*数据来源：国泰君安，36氪研究院
**数据来源：QuestMobile，36氪研究院

36氪研究院
36KR RESEARCH

乘政策东风，企业纷纷“出海获客”，带来电商SaaS发展新机遇

- 跨境电商作为外贸新形式，缩短中间商环节、提升供应链效率，受到国家相关政策扶持：政府牵头打造跨境电商综合试点、制定跨境电商知识产权保护指南、引导跨境电商平台防范知识产权风险并防范假冒伪劣商品、保护企业的合法权益等。**政策红利推动跨境电商的高速发展。**

- 与此同时，后疫情时代，中国经济稳步复苏，而大部分境外国家仍被疫情阴云笼罩，境外电商渗透率仍待进一步提升，市场潜力有望持续释放。**我国部分电商企业瞄准这一增量空间，在政策东风下，加速了出海步伐，积极向海外拓客，带动我国跨境出口电商的蓬勃发展。**根据我国商务部及海关总署的数据，我国跨境电商零售出口总额已由2017年的336.5亿元增长至2020年的1,120亿，复合增长率高达49.31%。



图示：跨境电商零售出口总额（亿元）
数据来源：商务部，海关总署，36氪研究院

- 高速增长的跨境电商市场，为跨境电商SaaS这一配套设施服务行业的发展注入强劲动力。对出海企业而言，从研究当地法规政策与购物消费偏好，到选品、物流、售后等各环节均面临与国内电商不同的挑战，对SaaS产品及服务也提出了不同需求。跨境电商商家对出海模式的选择，如依托亚马逊等电商平台、自建独立站等，同样存在各异的软件服务需求。此外，想要在跨境电商领域实现稳定客群转化，SaaS供应商不仅要面临来自国内友商的竞争，还需要应对诸如Shopify等在内的国际电商SaaS巨头的“围追堵截”。**跨境电商为SaaS行业带来新发展活力的同时，加剧了行业竞争。**

36氪研究院
36KR RESEARCH

底层技术向应用场景渗透，为电商SaaS行业的发展摁下“加速键”

- 底层技术的革新式发展，为电商SaaS的落地应用与稳定运行提供强有力的保障。**在新基建时代背景下，叠加政策、资金、人才等利好因素，我国5G、云计算、人工智能等技术实现了长足进步，为电商SaaS行业摁下“加速键”。**

01	5G	提升数据传输效率与平稳性
02	云计算	提高算力、优化数据处理效率
03	人工智能	降低人力成本、优化用户体验

图示：电商SaaS核心技术基础

- **5G。**5G具有高速率、低延时、大连接等优势，使得数据实现高效且稳定的传输，为SaaS产品平稳、流畅运行提供良好的网络基础。特别是在618、双11等购物节期间，流量高度集中，数据大量聚集，4G网络难以满足数据传输需求，SaaS系统容易出现卡顿现象，影响用户体验。而在5G环境下，系统卡顿问题将得到极大程度地缓解。

- **云计算。**云计算与边缘计算的出现，将本地数据云端化，大大提升了数据处理与计算效率，更快捷地响应用户需求。作为云计算的应用层，SaaS在电商领域的落地，为电商商家运营过程中不断堆叠的庞大数据处理带来高效路径。

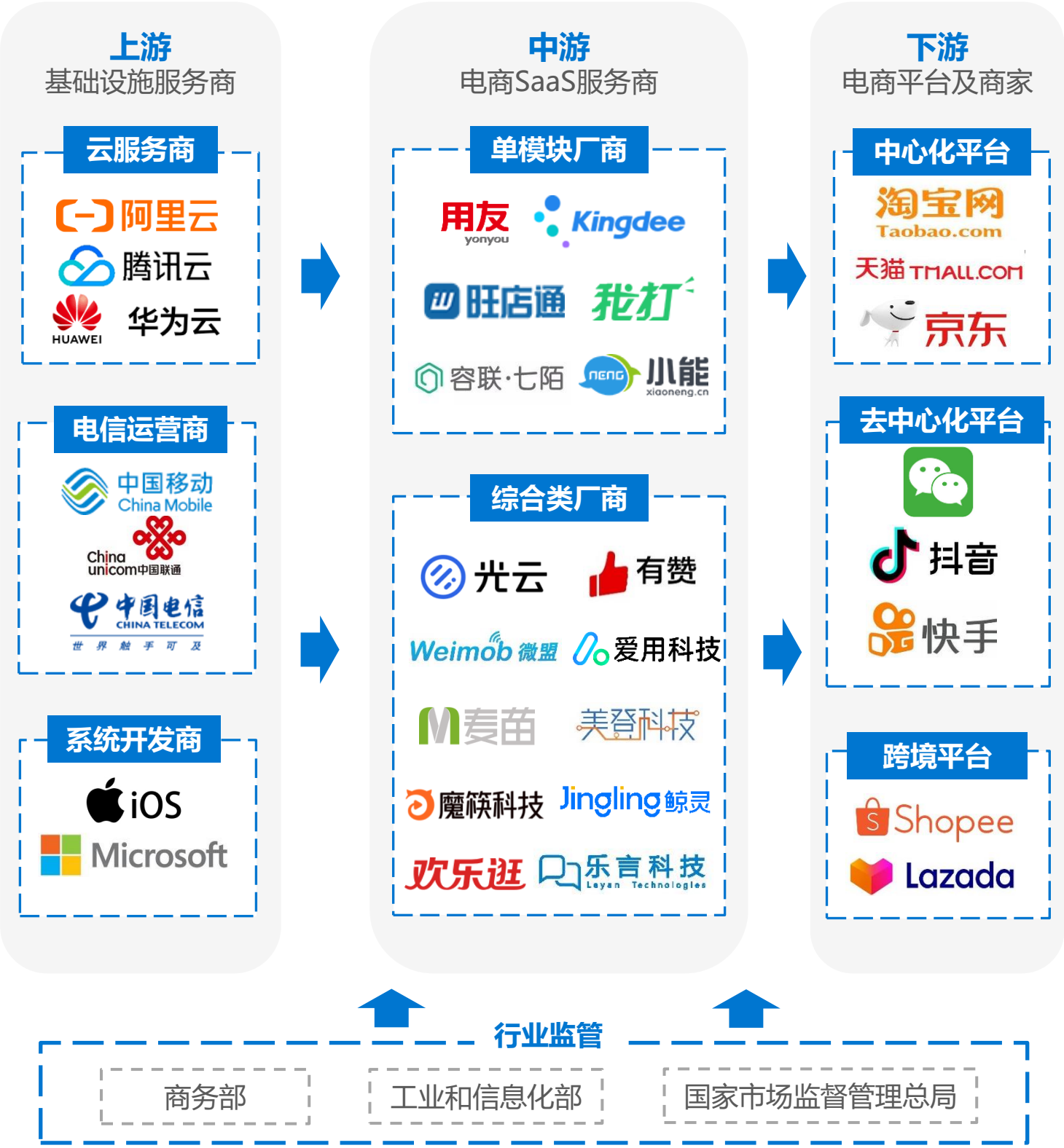
- **人工智能。**对供应商而言，以机器学习为代表的人工智能技术可被应用于SaaS软件日常维护与更新，降低企业人力成本；而对电商商家而言，人工智能技术与SaaS软件结合，可实现商家与消费者的智能交互，优化用户体验的同时实现流量高效转化。

36氪研究院
36KR RESEARCH

02 中国电商SaaS行业现状分析

- 产业链分析
- 市场规模
- 资本分析

电商SaaS服务商依托上游基础设施服务，为下游电商平台及商家提供软件产品及服务

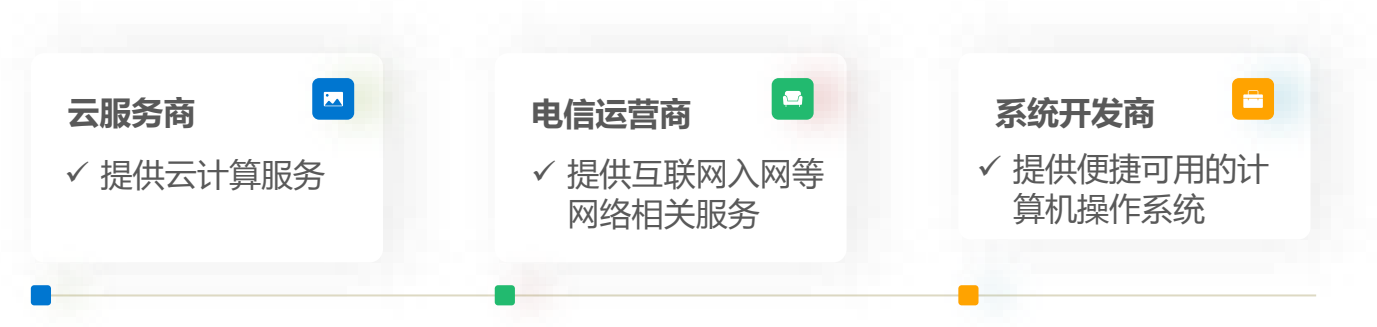


注：本图谱由36氪研究院梳理，只列出部分企业为代表，未覆盖全产业

36氪研究院
36KR RESEARCH

云服务、电信运营及系统开发商构成产业链上游，竞争格局稳定

- 云计算服务商、电信运营商与系统开发商共同构成电商SaaS产业链上游，为SaaS软件的稳定运行提供必要的基础设施服务。



图示：电商SaaS上游服务商及其功能

- **云服务商为电商SaaS提供云计算基础服务。**目前我国主要的云服务部署模式有公有云、私有云及混合云三大类，满足不同电商商家在不同发展阶段的差异化需求。其中公有云模式实现商家全部数据云端处理、私有云将数据保存至本地，二者分别适用于中小企业及对数据保密度有较高要求的大型企业。
- **电信运营商为电商SaaS提供网络基础设施系列服务。**运营商建立网络基站、铺设网络线路并提供互联网接入服务，为电商软件的有效运行创造可实现的网络基础。
- **系统开发商为电商SaaS软件的开发打造根基。**SaaS软件的开发与应用必须要以牢靠稳定的系统为基础，目前国际上常见的开发系统有windows、iOS、Linux等。
- **行业上游巨头已现，竞争格局稳定。**电商SaaS产业链上游均已出现综合类的头部企业，马太效应和二八效应明显，且有进一步集中的趋势。云服务商中，阿里云与腾讯云等厂商具有较强的技术能力与竞争优势；电信运营商以移动、电信、联通“三巨头”为核心；系统开发商中，微软具有明显的竞争优势，我国95%的SaaS软件以windows系统为基础开发。*

*数据来源：赛迪顾问，36氪研究院

36氪研究院
36KR RESEARCH

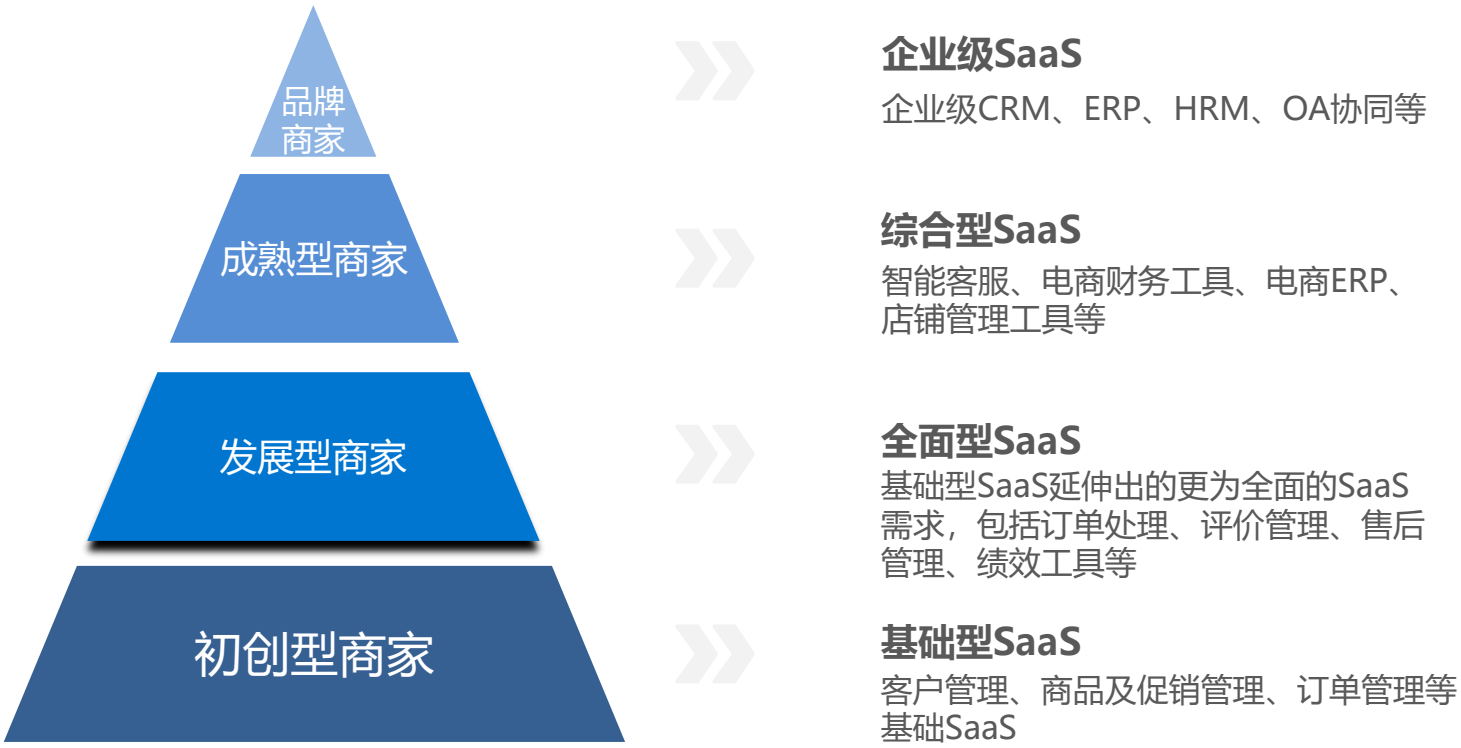
电商SaaS服务商类型多元，垂直服务领域巨头已现，市场竞争逐渐加剧

- 电商SaaS产业链中游为各SaaS软件开发及供应商。
- **从SaaS产品及服务角度区分，中游供应商主要包括单模块和综合类供应商。**前者聚焦在电商运营特定环节，如客户关系管理、客户服务、商品管理、营销管理等，典型企业包括以ERP切入电商服务领域的用友和金蝶等。综合类供应商产品内容较为多元和丰富，可满足电商商家运营管理中的大部分需求，典型企业有光云、有赞和微盟。单模块供应商凭借垂类深耕和产品打磨经验，不断做深软件产品并拓展服务边界，力图打造垂直领域的核心竞争优势；而综合类供应商依托广而全的产品矩阵，为电商商家提供全方位赋能。
- **从服务对象角度区分，中游供应商还可分为中心化电商平台服务商、私域电商服务商及跨境电商服务商三大类。**中心化电商平台服务商围绕中心化电商平台商家开展系列服务，以光云科技为代表；私域电商服务商依托微信、抖音、快手等去中心化交易场景，为商家提供私域流量运营和管理的各类工具；跨境电商服务商针对电商商家在出海中遇到的各类潜在痛点，提供针对性的跨境出海软件解决方案。随着电商去中心化、跨境化趋势日益明显，三类服务商之间的界限也渐趋模糊，服务于中心化平台的服务商也在积极向社交电商、直播电商及跨境电商等业态拓展，以顺应行业发展趋势，获取更大的市场增量。
- **跨境电商SaaS战火初起，而非跨境类电商SaaS竞争已进入“下半程”。**尽管最近跨境电商SaaS赛道吸引了大部分行业玩家的注意，但无论从融资轮次、产品形态还是服务内容来看，跨境电商SaaS行业竞争仍处于较为早期和基础的阶段，巨头未现；非跨境类电商SaaS行业中，供应商对于竞争高地的争夺则日趋白热化，各细分服务领域中均已跑出巨头。与此同时，互联网巨头也逐渐向电商SaaS赛道靠拢，如通过智能语音技术切入智能客服赛道的阿里和网易等，更是加剧了行业竞争态势。

36氪研究院
36KR RESEARCH

下游商家需求千差万别，对中游供应商服务能力与水平提出较高要求

- 电商SaaS产业链下游，则是众多电商平台和商家。
- **电子商务行业在不断的发展、竞争和整合过程中，逐渐形成了较为清晰的金字塔型结构，各层电商商家对SaaS的需求也具备较为明显的特征**：初创型商家，对电商SaaS产品处于摸索阶段，需求较为简单和基础，且对产品价格高度敏感；发展型商家已具备较为稳定的业务模式，对电商SaaS产品形成了一定黏性，但受制于预算，对性价比较高的垂直细分领域电商SaaS产品表现出较高需求；而成熟型和品牌型商家在资金、获客渠道、供应链管理等方面具备明显的竞争优势，希望通过专业性更强的SaaS工具实现降本增效，对价格的敏感性较低，更加注重产品效果。
- **产业链下游多样化的需求，驱动着中游SaaS服务商不断更新迭代软件产品、完善相关服务，以获得更大的市场份额，提高SaaS复购率。**



图示：各类电商商家对SaaS的需求金字塔
来源：光云科技招股书

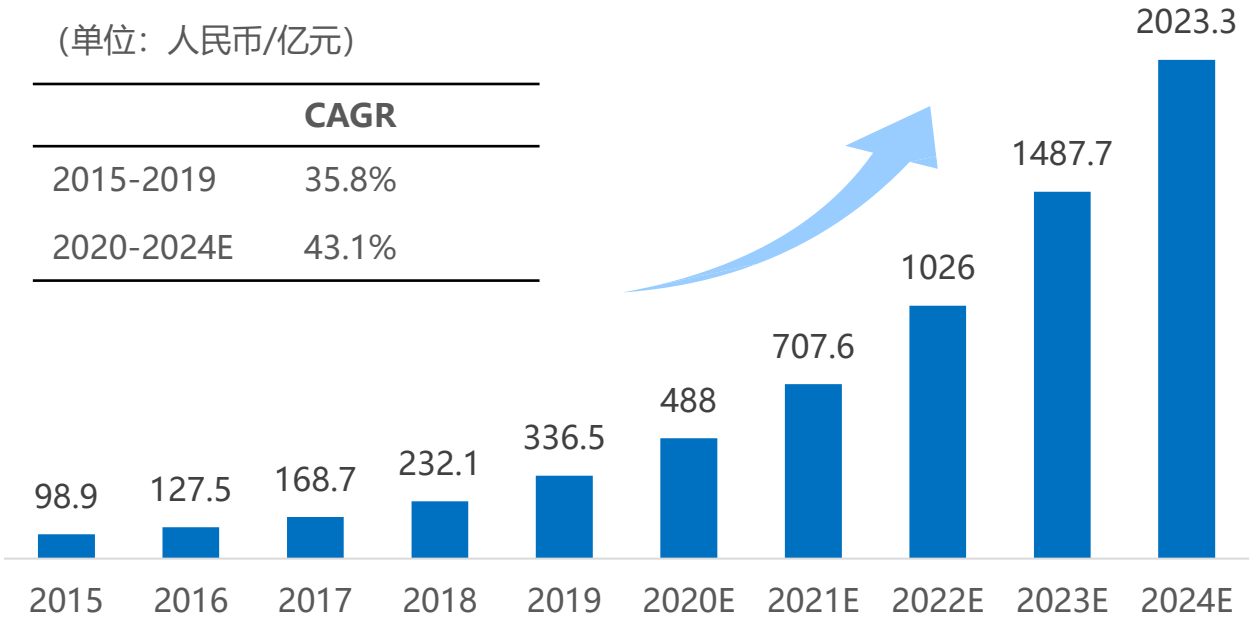
36氪研究院
36KR RESEARCH

电商高速发展、企业数字化转型浪潮共同驱动电商SaaS市场规模持续扩大

- 得益于我国电商的高速发展及企业“上云”需求持续得到释放，我国电商SaaS行业市场规模实现了不断增长。2015-2019年间，我国电商SaaS市场规模从98.9亿元攀升至336.5 亿元，年复合增长率达35.8%。预计2020-2024年，我国电商SaaS将保持43.1%的年复合增长，市场规模有望于2022年突破千亿大关。

（单位：人民币/亿元）

	CAGR
2015-2019	35.8%
2020-2024E	43.1%



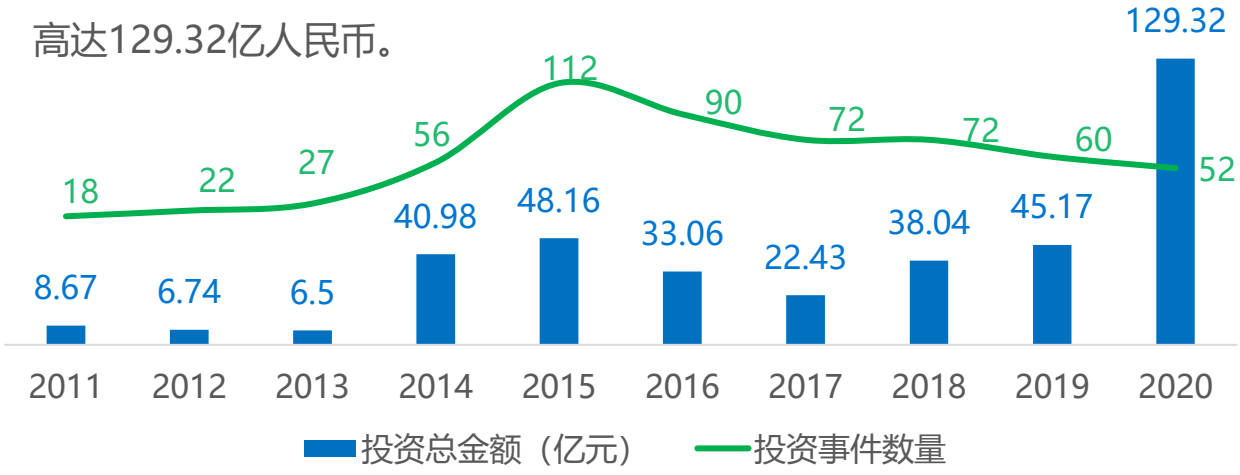
图示：2015-2024年我国电商SaaS市场规模及预测（亿人民币）
数据来源：光云科技招股书，36氪研究院

- 2020-2024年复合增长率高于2015-2019的主要原因在于，受2020年初疫情影响，电商商家数字化转型意识觉醒，商家对于SaaS软件的付费意愿也随之增高。电商SaaS已成为大型商家的标准配置；对于中型与小型企业而言，电商SaaS的渗透率分别为99%和84%；这一占比在小微企业中最少，为48%。未来，随着小微企业实现规模扩张，对SaaS的需求和相应的预算也随之上升，为我国电商SaaS市场规模创造新的增量。

36氪研究院
36KR RESEARCH

电商SaaS投资热度不减，社交电商与跨境电商SaaS更受资本青睐

- 我国电商SaaS赛道在2014、2015年出现了一轮融资小高峰，随后回归理性，而2020年，尽管遇到资本寒冬，但在企业数字化转型浪潮下，电商SaaS作为推动企业实现降本增效的信息服务赛道，收获了资本青睐，年度投资总额高达129.32亿人民币。



图示：2011-2020我国电商SaaS融资事件数量及金额
数据来源：鲸准，IT桔子，36氪研究院

- 进入2021年，社交电商与跨境电商的火热，带动相关垂直领域SaaS服务商的融资热度。截至2021年年中，电商SaaS总共发生22起投资事件，其中大部分为跨境电商与私域电商SaaS企业，且轮次较为早期。

企业名称	融资轮次	融资金额	融资时间	企业类型
店小秘	B+轮	1.35亿人民币	2021年6月	跨境电商ERP服务商
ASINKING领星	B轮	2亿人民币	2021年5月	跨境电商SaaS服务商
乐言科技	D轮	数亿人民币	2021年4月	电商AI SaaS服务商
马帮ERP	A+轮	近亿人民币	2021年3月	跨境电商ERP服务商
魔筷科技	C+轮	数亿人民币	2020年10月	直播电商SaaS和供应链服务商
聚水潭	C轮	1亿美元	2020年10月	综合类SaaS服务商

图示：近期电商SaaS赛道主要融资事件
数据来源：鲸准，IT桔子，36氪研究院

36氪研究院
36KR RESEARCH

03 中国电商SaaS行业典型服务商案例研究

- 光云科技
- 微盟
- 乐言科技
- 魔筷科技
- 鲸灵

围绕主流电商平台提供全链路SaaS解决方案，光云科技满足企业差异化需求

- **光云科技，成立于2009年，2020年于科创板上市，是我国首个在A股上市的电商SaaS企业。**光云科技专注于为企业提供电商运营的全链路解决方案。
- 光云科技2020年财报显示，企业2020年全年营收为5.10亿，同比增长9.75%，营收增长主要来自光云的各类电商SaaS产品。
- **光云科技基于电子商务平台为电商商家提供SaaS产品，并在此基础上提供配套硬件、运营服务及CRM短信等增值产品及服务。**围绕淘宝、天猫、京东、拼多多、抖音、快手等国内主流电商平台，光云科技打造面向大中小型商家的电商SaaS产品体系。目前，旗下拥有以超级店长、快递助手、超级快车、旺店系列为核心的中小卖家电商SaaS产品；以快麦ERP、快麦设计、深绘、快麦小智、快麦工单、快麦绩效为核心的大商家SaaS产品。

图示：光云科技产品矩阵
来源：光云科技

36氪研究院
36KR RESEARCH

“产品、生态与品牌”三驾马车驱动光云科技打造行业竞争壁垒

- 作为中国最早的电商SaaS企业之一，光云具有先发优势，其技术经验丰富、市场占有率高。多元的产品与优良的生态，辅之较强的品牌优势，共同构成光云科技的行业竞争壁垒。

01 产品多元

- ✓ 以平台电商商家为核心
- ✓ 产品满足各类商家需求
- ✓ 产品向跨境电商、社交电商、直播电商领域延伸

02 生态优良

- ✓ 通过投资或收购等途径，对内持续扩充企业生态
- ✓ 打通与钉钉合作，对外延伸企业生态

03 品牌优势

- ✓ 国内第一批电商SaaS服务商之一
- ✓ 客户服务经验累积
- ✓ 客户口碑相传

图示：光云科技竞争优势

- **产品矩阵覆盖各电商形态，满足不同商家需求。**光云科技以平台化电商商家为主要服务对象，不断做深产品与服务的同时，还向社交电商、跨境电商、直播电商等电商新形式与新业态拓展客群，做广产品矩阵，逐渐实现由中心化平台电商SaaS服务商向综合类电商SaaS服务商转型。深度与广度协同发展，使得光云能够为各类企业提供更具个性化的产品与服务。
- **对内对外打造良好企业生态。**光云科技通过投资、并购的形式，拓展电商SaaS产品价值链。2020年以来，光云收购智能一点客服机器人和深绘智能美工机器人、战略投资跨境电商SaaS马帮ERP和巨益OMS等，并与钉钉实现了合作与协同，对内对外打造电商SaaS完善生态。
- **品牌优势明显。**作为国内第一批电商SaaS服务商之一，光云科技已积累了较为优质的行业口碑。品牌优势使得光云科技在获客及复购率上表现亮眼。

36氪研究院
36KR RESEARCH

微盟聚焦去中心化的智慧方案，为企业提供SaaS及精准营销服务

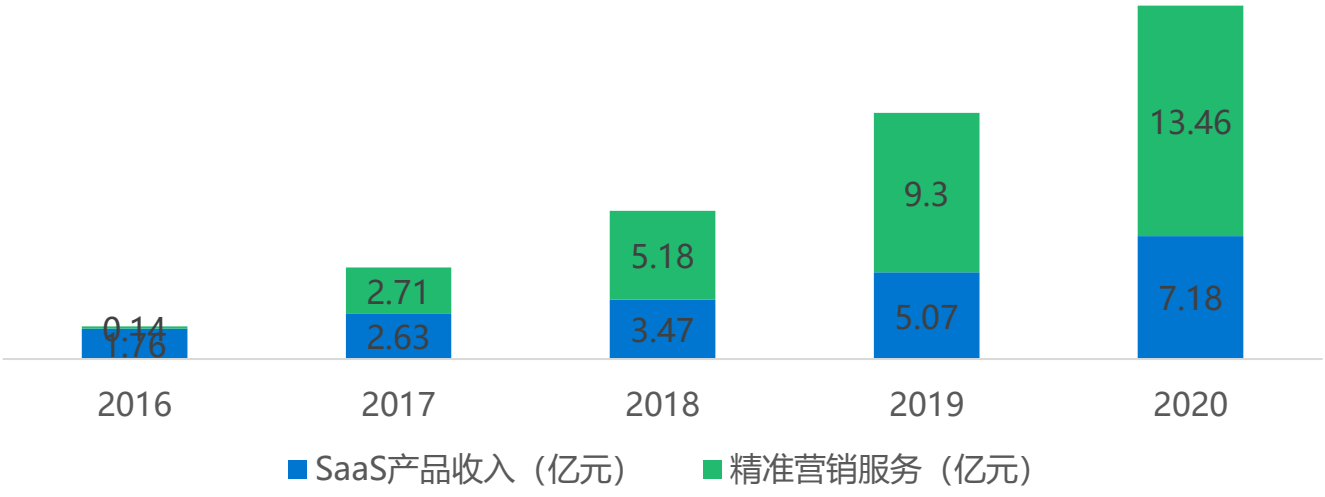
- 微盟成立于2013年，已在香港主板上市，是我国领军的企业云端商业及营销解决方案提供商，同时也是中国领军的精准营销服务提供商。2020年微盟财报显示，该财年集团总收入为20.64亿元，同比增长43.7%；毛利润为10.98亿元，同比增长37.8%，已连续三年实现经营性盈利。
- **微盟围绕商业云、营销云、销售云打造智慧商业服务生态，通过去中心化的智慧商业解决方案赋能企业实现数字化转型。**微盟精准营销业务以智能算法、营销自动化等技术及优质媒体源，为广告主提供一站式精准营销投放服务。微盟云平台通过开放微盟核心产品技术能力，吸引第三方开发者，打造云端生态体系，为商户提供更多应用选择和更好服务。

图示：微盟产品矩阵
来源：微盟官网

36氪研究院
36KR RESEARCH

SaaS软件与精准营销服务形成强协同，持续巩固微盟行业领先地位

- **微盟的SaaS服务和精准营销能形成较强协同效应。**一方面，微盟SaaS产品中可内置广告投放渠道，降低前期推广成本；另一方面，SaaS服务沉淀下的电商经营相关数据可持续赋能广告投放商家，持续提升营销精准性。SaaS产品和广告营销业务之间形成协同，双轮驱动，使微盟行业头部地位持续得以巩固。



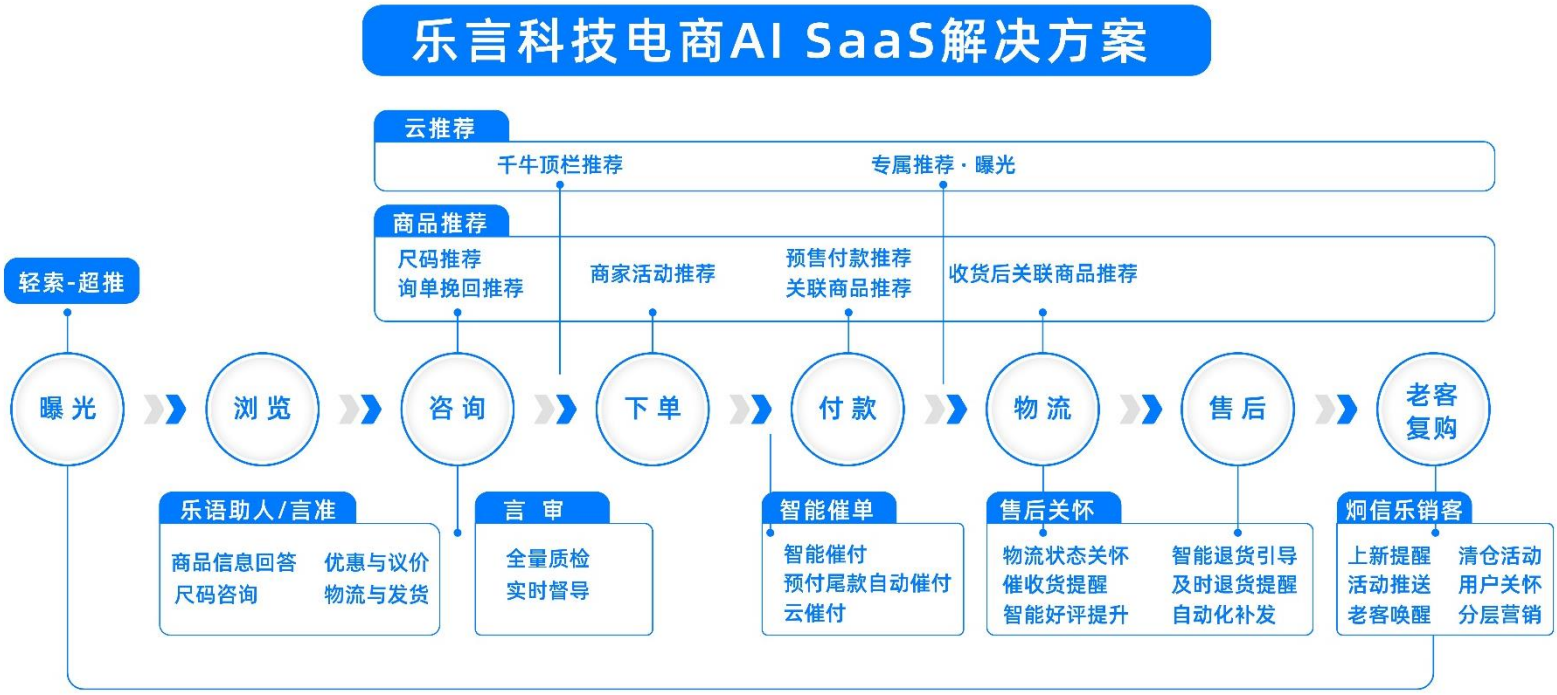
图示：微盟营收来源
数据来源：微盟年报，36氪研究院

- 自2017年，微盟的主要营收来源从SaaS产品变为精准营销。微盟凭借丰富的媒体资源，实现了精准营销服务迅速增长并成为公司核心业务。在短视频信息流广告逐渐成为重要广告类型的趋势下，拥有微信、抖音等渠道的微盟，其竞争优势将进一步扩大。
- SaaS产品方面，微盟的商业云为多个行业及场景提供智能解决方案，包括智慧零售、智慧酒店、智慧餐厅、智慧外卖、智慧美业、智慧旅游等多元垂类场景。针对不同商家需求，微盟提出TSO即“流量-产品-运营”全链路智慧增长解决方案，通过SaaS产品、数字化营销与数字化运营推动企业实现数字化转型。

36氪研究院
36KR RESEARCH

以人工智能技术赋能，乐言科技为电商商家提供全链路AI SaaS解决方案

- 乐言科技成立于2016年，致力于为企业客户提供人工智能整体解决方案、协助企业实现降本增效，服务行业覆盖电商、教育、政务及医疗等。2021年4月，乐言科技完成数亿元D轮融资，由中金资本旗下基金、上海人工智能产业投资基金领投，并将该笔融资投入产品更新迭代的研发、新业务的拓展及服务体系升级中去。在电商领域，乐言科技将包括知识图谱、自然语言处理、深度学习等在内的人工智能技术融入电商经营与管理场景，**为商家提供全链路AI SaaS解决方案，从流量获取、管理到转化各环节赋能商家，直击电商客服管理难、获客及转化难等痛点。**



图示：乐言科技电商AI SaaS解决方案

- “前链路”产品“轻索”重点突破流量新增难题，基于人工智能算法挖掘商品属性，自动学习精准定向、智能诊断超级推荐等功能，实现从“人找货”到“货找人”帮助店铺更科学、更智能地提升ROI和GMV；“中链路”通过“乐语助人”智能客服，实现用户与商家的智能交互，同时推动商家降本增效的实现；“后链路”通过客服质检“言审”与营销管理系统“炯信乐销客”解决用户粘性及老客复购两大难题，提升用户复购率。

36氪研究院
36KR RESEARCH

优化产品矩阵、打造服务闭环、深耕AI技术，乐言科技推动商家运营和客服中心向价值中心转型

- 产品、服务与技术能力三位一体，使乐言科技能够更好地赋能电商商家。
- **丰富的产品矩阵及一站式服务与营销解决方案，推动运营和客服中心从成本中心向价值中心转型。**
- 凭借优势的结构化深度学习和自然语言处理技术、敏捷的产品研发能力、海量大数据积累，乐言不断推出智能客服、智能推荐、云端营销、客户管理、质检质培等智能化产品及服务，协助商家完成数字化升级，为商家降本增效。前端流量高效获取、中端流量智能管理、后端流量有效留存，乐言通过前、中、后三端的智能服务与营销解决方案，挖掘运营和客服中心潜在价值。
- **线上线下双抓手构建服务闭环：线上制定解决方案、线下打通服务“最后一公里”。**
- 线下，乐言科技建立了一支数百人的客户团队，服务可覆盖全国，支持随时上门、输出店铺优化提升报告，打通线下服务的“最后一公里”。完善的技术售后满足消费者需求的同时，也收集了大量前端数据，沉淀了大量行业经验，并整理成方法论系统输出给商家，形成可追溯、可复制的数据，促进整个生态数字化发展。
- **人工智能技术积淀，使智能客服更加“智能”。**
- 乐言科技采用高精度的语言认知技术，基于亿万级的海量真实大数据，训练算法模型，将用户咨询意图不断细分，并结合用户上下文语境、对话状态、用户画像等多维度，进行精准的问句解析和完备的答案回复，使得回复更拟人与更智能。与此同时，乐言科技通过前端客户服务，积累了大量的行业数据，进一步提升了人工智能算法的精准度，由此带来口碑效应与客户累积，进而能够更多地实现前端数据的收集与处理，形成“数据——高质量产品——口碑——获客——更多数据”的良性循环。

36氪研究院
36KR RESEARCH

聚焦红人群体，魔筷科技为直播电商提供一站式服务解决方案

- 魔筷科技成立于2015年，魔筷科技是全国领先的直播电商供应服务平台，致力于构建直播电商生态下的全链条数字化能力，并以SaaS、供应链、运营等一体化服务，高效地赋能中小主播，重构零售产业链，并为消费者带来创新、优质的社交购物体验。2020年10月，魔筷科技获得钟鼎资本及五源资本领投的数亿元C+轮投资，而此前，魔筷已获得快手、腾讯等多家企业及机构的投资。

2015年	2018年	2019年	2020年
魔筷科技成立，主要为大型零售商提供SaaS服务	获得快手战略投资，并将服务对象逐渐聚焦于网红群体	上线供应链服务平台，赋能网红与直播电商业态	获得C与C+轮融资，持续优化SaaS产品及服务内容

图示：魔筷科技主要发展历程

- 魔筷科技围绕网红，打造出包括电商交易SaaS、供应链服务、网红运营及培训服务、云客服、数据服务等在内的产品矩阵，已成为快手直播电商生态中的核心供应商之一。

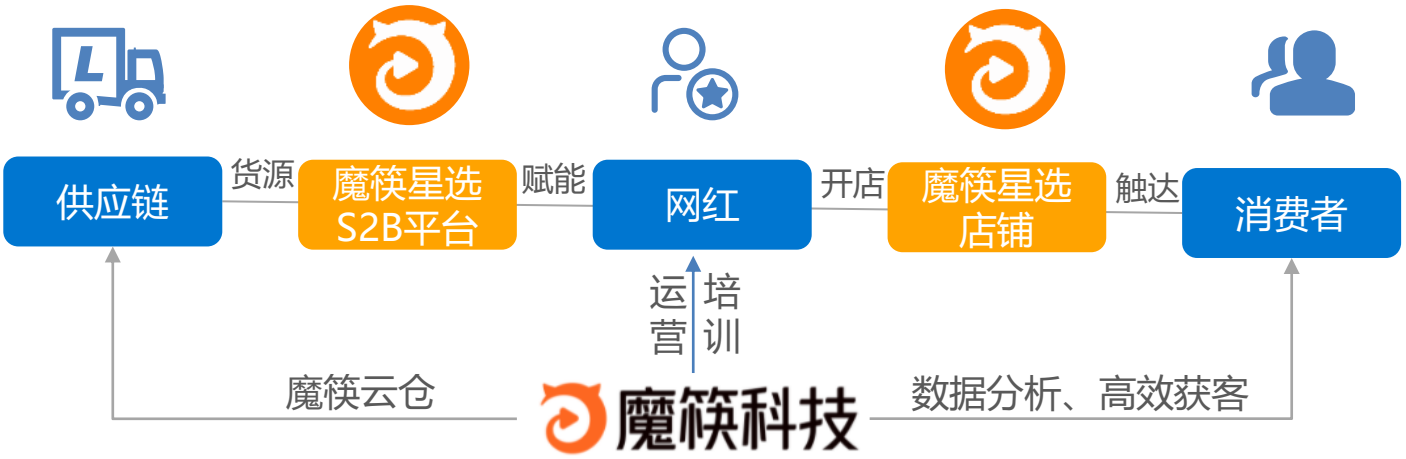
电商SaaS 1	供应链服务 2	运营与培训 3	云客服 4	数据服务 5
✓ 稳定流畅且迭代快速的交易SaaS ✓ 多场景SaaS ISV	✓ 优质货源深且广 ✓ 持续强化打造爆款商品能力	✓ 多层级服务运营 ✓ 直播活动与运营策划 ✓ 培训课程	✓ 售前咨询 ✓ 售后服务 ✓ 店铺咨询 ✓ 平台仲裁	✓ 爆品挖掘 ✓ 消费画像 ✓ 数据大屏 ✓ 智能推荐

图示：魔筷科技核心产品矩阵

36氪研究院
36KR RESEARCH

基于S2B2C服务模式，魔筷科技实现直播电商的全域赋能

- 魔筷科技深耕网红与直播电商基础设施服务，以不断更新迭代的SaaS工具赋能网红与商家的同时，通过一系列全生命周期服务，延伸直播电商价值链。**魔筷科技的S2B2C服务模式，为网红商家提供全链路且个性化的服务，在此形成差异化优势，构建行业竞争壁垒。**



图示：魔筷科技全链路赋能直播电商

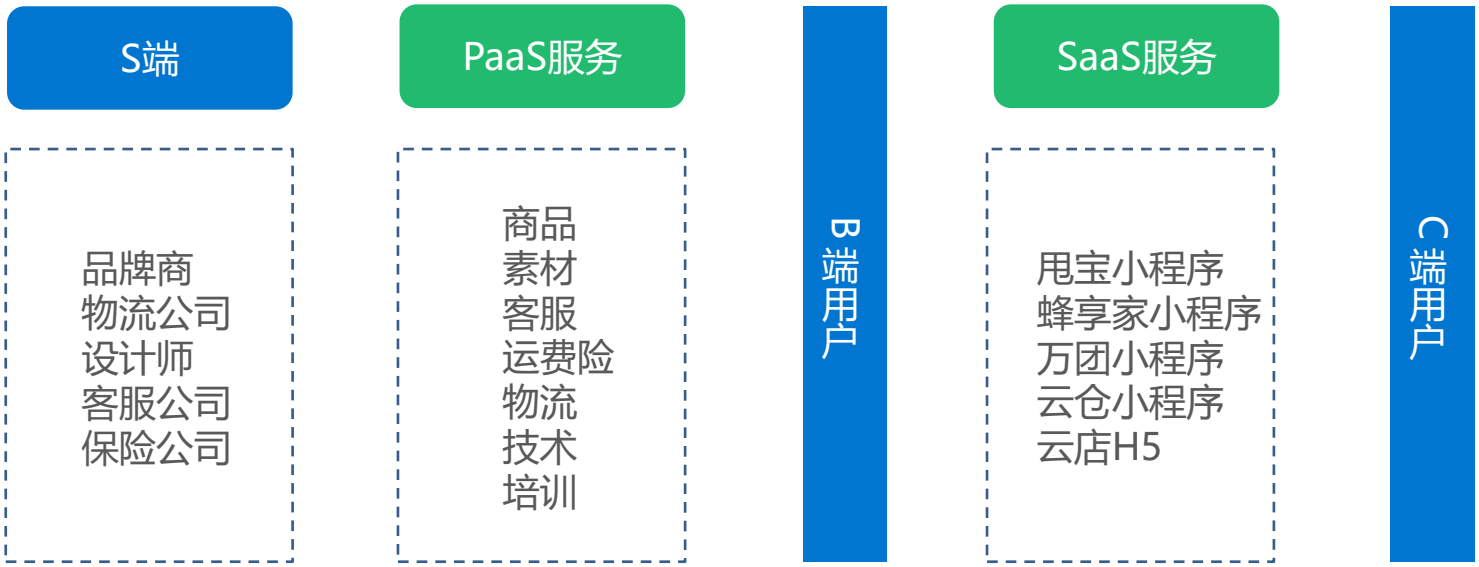
- **S2B环节。**2019年，魔筷科技推出供应链平台，消除网红从选品、物流配送到品牌孵化、爆款打造各环节的后顾之忧。魔筷科技已与1万家服务工厂及品牌供应商建立了合作关系，在库SKU高达100万，为网红商家提供丰富且多元的商品选择。此外，魔筷科技在全国范围内建立100余云仓，强化商品仓储及物流供应能力。

- **B2C环节。**魔筷科技推出魔筷星选SaaS，为网红及供应商提供包括客户管理、分销推广、经营分析和店铺管理等功能在内的SaaS工具，帮助网红快速布局直播电商。在运营服务方面，魔筷打造了一套针对不同层级网红的运营服务体系，其中含有技能培训、直播策划和涨粉指导等服务，帮助网红实现高效获客、有效流量转化与营销精准触达。 与此同时，魔筷正在全面落地线下直播基地。目前魔筷已在全国20多个城市设立了直播基地，基地的功能包括仓储物流、孵化与培训、活动策划等，提供一站式直播电商基础设施服务。

36氪研究院
36KR RESEARCH

人即服务，鲸灵通过PaaS+SaaS服务，连接小B商家与C端用户

- **鲸灵集团成立于2017年，是我国创新型电商AI SaaS服务商。**成立两年内，鲸灵集团完成了来自腾讯投资、IDG资本、启明创投、云九资本等投资机构的5轮融资，总融资额近20亿人民币。
- 鲸灵集团顺应电商去中心化发展趋势，将服务对象更多地聚焦至私域商家与小微商家，通过S2B2C业务模式，帮助用户解决流量获取成本高、流量变现难等问题。



图示：鲸灵集团S2B2C业务模式

- 鲸灵通过PaaS与SaaS服务，链接S端供应商、B端灵活就业的小B以及通过直播、私域群、群组及微信公众号等渠道维系的C端用户。鲸灵整合商品、店铺素材、智能客服、运费险服务、物流管理等各项服务，并将其开放给B端小B用户。鲸灵在其中更多地扮演基础设施运营者的角色，通过各类基础设施服务，使得小B可以更多地聚焦在前端流量运营中去，实现“人即服务”。在B2C环节，鲸灵开发的系列SaaS服务小程序，实现B端用户与C端消费者的多渠道链接，为小B的流量运营提供基础性工具。

36氪研究院
36KR RESEARCH

在微信生态中，鲸灵凭借AI私域算法，为小B提供一系列智能化工具及服务

- **鲸灵将自身定位成“字节跳动+Shopify”，即“智能推荐+私域电商服务”。**有别于中心化电商SaaS运营模式，鲸灵自成立开始便聚焦在私域电商领域，致力于为所有小B带来便利的经营工具及服务，这也是鲸灵独具特色的差异化竞争优势。
- **AI私域算法推动人货匹配。**目前鲸灵平台上已沉淀20,000+品牌、达到上百万SKU的日动销、赋能300w小B在微信生态创业，其中约2w为跨境小B。海量数据基础上，鲸灵总结了私域算法，并搭建AI SaaS智能推荐工具，高效完成人与货之间的精准匹配。除人货匹配外，鲸灵将人工智能应用于服务全流程，实现AI大数据选品——智能匹配系统——素材AI——客服AI——智慧供应链——物流AI——售后AI等一系列智能化应用。
- **依托微信生态，深耕私域电商。**微信凭借去中心化模式带来的流量成本优势，汇聚了海量小B。作为腾讯参投的企业，鲸灵已成为微信生态中主要的电商SaaS服务商之一。鲸灵以微信为主要载体，其小B客户更注重人际关系的有效及高效触达，在获客方面具有天然优势。而大量的私域客户服务数据的累积，又带动私域算法的逐渐精细化，优化AI的赋能作用，从而进一步实现私域电商的精准获客、人货匹配、客户留存与转化。

AI赋能

✓ AI与SaaS产品融合

✓ 从选品、匹配、店铺素材选择、客户服务、供应链管理、物流管理各环节实现AI赋能

Jingling 鲸灵

聚焦私域

✓ 企业战略清晰，聚焦私域电商、服务小B群体

✓ 腾讯生态红利加持，破解获客难题

图示：鲸灵核心竞争优势

36氪研究院 36KR RESEARCH

04 电商SaaS行业发展趋势展望

- 行业发展趋势
- 行业生态趋势
- 技术应用趋势

电商新业态带来SaaS新增量市场的同时，对供应商提出精细化服务新需求

- 一方面，随着中国企业信息化水平的不断提升，企业对管理软件和效率工具的认知也将逐渐觉醒。相比于传统软件，SaaS具有即开即用、部署灵活、迭代迅速等特点，在软件市场中的份额有望进一步扩张，并提升在电商行业营销、服务、运营等各个环节的渗透率，潜在市场规模较大。
- 另一方面，去中心化电商及跨境电商等电商新形式的出现，更是为电商SaaS带来新的增量空间。然而，不同于中心化电商商家，去中心化与跨境电商商家面临的挑战也不尽相同，对电商SaaS服务商提出了新的要求。

图示：各类电商商家核心痛点

- 对中心化电商商家而言，流量红利见顶，获客成本不断上升，降本增效是其核心诉求。与此同时，如何打通分布在各电商平台中的数据，形成数据闭环，同样也是跨平台经营的中心化电商商家重点关注的问题。对于重点发力私域电商的商家而言，如何实现私域流量的高效运营是其绕不开的命题。而跨境电商商家则面临更为复杂的政治、经济与基础设施环境，因此本地化运营能力成为商家打造竞争优势的“杀手锏”。此外，三类商家并不是非此即彼的割裂式关系，存在大量横跨不同电商业态的商家，其对电商SaaS的需求更为零散和个性化。**传统的粗犷式经营模式已不再适用，精细化经营成为不可逆的趋势。**

36氪研究院
36KR RESEARCH

行业集中度有望加深，“SaaS+PaaS”模式成为供应商争抢的竞争高地

- 目前，电商SaaS各细分赛道已出现头部玩家，竞争日趋激烈。头部企业凭借资金、人才、技术等优势，不断整合各类优质资源，积极拓展布局生态。头部企业在庞大的用户体系下有机会发现更多痛点，以更低的成本探索新的产品，进一步提升产品智能化水平、加快推进数智化转型发展，打通不同产品，由点及面形成完善的产业生态圈。行业马太效应将愈发明显。
- 然而，在综合类巨头未跑出的市场环境下，任何企业都有机会实现“强者恒强”或者“弯道超车” 。从产品、服务、技术、人才、战略等各方面构建自身护城河，是每个SaaS服务商所面临的问题。

图示：电商SaaS行业壁垒

- **在日趋激烈的行业竞争环境下，电商SaaS有望实现由单一SaaS向SaaS+PaaS转型。**SaaS供应商之间的竞争，已不再是单纯的产品之争。在SaaS产品同质化较为严重的今天，针对商家用户不同需求，打造更具个性化的产品与配套增值服务、延伸SaaS价值链，成为各供应商竞相争夺的差异化竞争高地。定制化的服务离不开PaaS的赋能，因而在未来，SaaS+PaaS模式有望超越单一SaaS模式，成为各大供应商的重要发力方向。

36氪研究院
36KR RESEARCH

技术融合推动电商SaaS产品向智能化、服务中台化方向演进

- 技术融合趋势下，SaaS将越来越多地与各技术结合，产品与服务质量持续得以优化，不断提升用户体验。人工智能、大数据、5G、云计算等底层技术应用逐渐成熟，未来电商SaaS产品将更为智能化和中台化。
- **电商SaaS智能化。**AI将被更多地应用在电商SaaS的不同服务场景，如AI算法在商家不断累积的数据训练下，更为精准，进而持续赋能人货匹配、精准营销等电商经营环节。同时，以自然语言处理、知识图谱、深度学习、智能推荐为核心的认知智能技术，将会与客服管理深度结合，使用户与客服的交互更为个性化与智能化。AI与5G、AR/VR等技术的融合，创新客服信息传输路径，信息载体由二维平面向三维视频转化，视频客服、数字人客服等客服新形式有望实现落地应用，突破传统客服的时间、空间限制，带给消费者更为便捷的客服体验。
- **电商SaaS服务中台化。**同其他企业类似，电商商家在进行数字化转型过程中，难免遇到各系统之间不互通的痛点，数据在各系统内沉淀与累积，数据烟囱林立，削弱数据资产原有价值。随着SaaS服务商持续优化产品内容及进行行业生态共建，各接口与各系统有望实现互联，建立高效数据管理中台和业务中台，将数据切实转化为电商商家核心资产，串联公私域流量、选品及库存、营销管理各环节，进而实现精准营销、高效流量转化与留存等。

智能化
- ✓ AI算法实现精准匹配
- ✓ 人机交互提升用户体验

服务中台化
- ✓ 释放数据资产价值
- ✓ 推动业务协同

图示：技术对电商SaaS的驱动作用

36氪研究院
36KR RESEARCH

36氪研究院根据行业发展、资本热度、政策导向等定期输出高质量研究报告，研究方向覆盖人工智能、5G、区块链、医疗、金融、物流、文娱、消费、汽车、教育等多个领域，帮助政府、企业、投资机构等快速了解行业动态，把握发展机遇和明确发展方向。同时，研究院致力于为全国各级政府、企业、VC/PE机构、政府引导基金、孵化器/产业园区等提供专业定制化咨询服务，服务内容包括行业研究、产业规划、用户研究、股权投资研究、指数研究、投资配置、基金/企业尽调、战略规划、园区规划等。

01 传播资源

36氪已成为中国流量与影响力较大的互联网新商业媒体，覆盖全球超1.5亿读者，累计发布超过50,000篇文章，拥有行业内较显著的流量和传播优势。

02 核心数据

36氪深耕创投市场超9年，深度服务过数千家客户，累积超80万家企业和投资机构资源，搭建了完善的一级市场数据库。

03 团队优势

研究院现有数十位成员，主要来自国内外知名咨询机构或研究机构，拥有丰富的研究及项目经验。

04 研究领域

36氪研究院主要关注领域包括人工智能、5G、区块链、医疗、金融、物流、文娱、消费、汽车、教育等。

05 品牌影响

36氪研究院发布的常规性研究报告，受业内专业人士一致好评。在政府合作层面，研究院已为国务院、国家发改委、中央网信办、工信部、基金业协会、北京发改委、南京发改委、青岛高新区政府、湖南湘江新区管委会、成都新经济委、杭州西湖区政府等提供过咨询服务；在企业/投资机构合作方面，研究院已与大众中国、苏宁易购、携程、京东、网易、转转、字节跳动、海尔资本、洪泰基金、首钢基金等建立了深度合作关系。

36氪研究院
36KR RESEARCH

分析师声明

作者具有专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

36氪不会因为接收人接受本报告而将其视为客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在法律许可的情况下，36氪及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司的股权，也可能为这些公司提供或者争取提供筹资或财务顾问等相关服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，36氪对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映36氪于发布本报告当日的判断，本报告所指的公司或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，36氪可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。36氪不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，36氪对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

36氪研究院
36KR RESEARCH

36Kr

让一部分人先看到未来

研究咨询邮箱：research@36kr.com

研究院网站：https://36kr.com/academe.html