



艾 瑞 咨 询

中国企业出海用云实践研究报告

部门：企服研究一组

署名：穆春阳 黄椿钰

©2023 iResearch Inc.

CONTENTS

目录

01 中国企业出海用云背景简析

Overview

02 中国企业出海用云特征洞察

Interpretation

03 中国企业出海用云趋势探索

Development trend

Abstract 摘要



发展背景：从需求方角度看，1) 中国互联网行业市场趋于饱和，以游戏、音视频为主的数字内容生产者通过出海寻找业务增长空间。2) 传统行业数字化成果颇丰，行业头部企业及行业新势力，通过产业链外移和全球化资源配置，进一步实现降本增效。从供给方角度看，中国整体云市场增速趋于缓和，云厂商通过海外市场拓展营收来源。



市场表现：2022 年中国整体云出海市场规模达到 257 亿元，市场增速为 42.8%。在出海领域，中资企业客户较为偏向“中外混合”的云厂商选择模式。目前，云出海市场格局，外资背景云厂商占据出海市场的主要份额，且在欧美地区具有主导地位；中资背景云厂商加速海外布局，业务增长快速，在亚太地区更具有影响力。



行业特征：从地域结构看，欧美地区是中国云出海市场营收贡献的主要来源，但欧美云出海市场更多是存量客户为主。云出海市场增量空间则主要来源于东南亚、中东、拉美等新兴市场。从行业结构看，互联网行业是中国云出海市场的主体。传统行业整体加速海外业务布局，金融、制造行业逐步成为传统行业出海重点。



发展趋势：从出海地域分布看，出海热点逐步从欧美地区向亚太地区转移。一方面，云厂商加速在东南亚地区基础设施建设；另一方面，中国出海企业倾向于将东南亚地区作为出海第一站，将更多新兴业务优先部署在东南亚地区。从出海业务类型看，中国企业出海内容日渐丰富，从人力、资源出海向技术、资金出海升级；从单纯的数字内容出海，向“数实并重”出海转型；从单一的生产要素出海，向产业链整体迁移转变。

01 / 企业出海用云背景简析

企业出海驱动因素：政策

促贸政策与外资引流，企业主动出海；行业管理政策驱严，企业被动出海

国内外政策共振促进企业出海

促贸政策

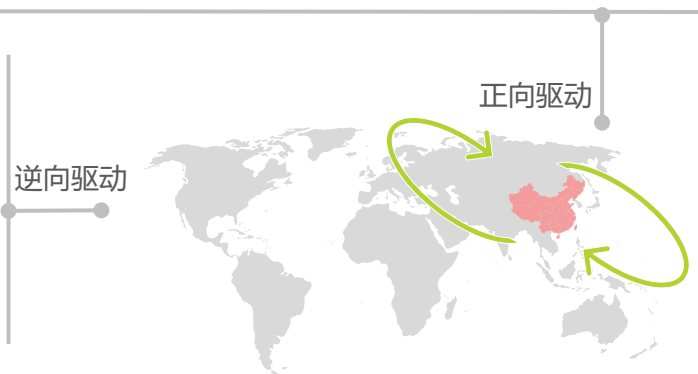
时间	颁发部门	相关文件	主要内容
2022.11	工信部、发改委、国资委	《关于巩固回升向好趋势加力振作工业经济的通知》	1.稳定工业产品出口工作，指导各地建立重点外贸企业服务保障制度； 2.提升产业链供应链韧性和安全水平
2022.9	商务部	《支持外贸稳定发展若干政策措施》	1.支持中小微外贸企业开拓国际市场； 2.支持企业参加各类贸易展会接洽商务； 3.发挥外贸创新平台的促进作用； 4.提升物流运输效率，保障跨境贸易畅通
2022.1 (生效)	中、日、韩等15国	《区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）》	区域内90%以上的货物贸易将最终实现零关税，显著降低域内贸易成本
2021.11	国务院	《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》	1.支持运用新技术新工具赋能外贸发展； 2.提升传统外贸数字化水平
2021.10	商务部等	《关于支持国家文化出口基地高质量发展若干措施的通知》	加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，鼓励优秀传统文化产品、文化创意产品和影视剧、游戏等数字文化产品出海

外资引流政策

时间	颁发国家	相关政策	主要内容
2020	印度	《印度2020年外国直接投资（FDI）综合政策》	吸引和促进外国直接投资，以补充国内资本、技术和技能
2020	澳大利亚	《全球贸易与投资大趋势》	利用人工智能、机器学习和数据科学完善澳大利亚的贸易和投资吸引力战略，促进外国直接投资
2021	韩国	《尖端外国人引资战略》	集中力量吸引外国投资疫苗、尖端材料、零部件、装备等国家产业政策相关的184个核心产业
2021	泰国	《投资促进法》	鼓励当地和外商在泰国进行投资活动，并就促进项目提供税收和非税收类的优惠政策
2021	泰国	《东部经济走廊法》	

行业监管政策

时间	颁发部门	相关文件	主要内容
2022.3	发改委等	《关于整治虚拟货币“挖矿”活动的通知》	明确了虚拟货币交易的非法金融活动属性
2021.9	新闻出版署	《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》	限制向未成年人提供网络游戏服务的时间
2021.9	人民银行等	《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》	禁止金融机构开展和参与虚拟货币相关业务，清理取缔境内虚拟货币交易和代币发行融资平台



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业出海驱动因素：技术

通过出海促进技术交流，提升企业创新能力，摆脱单一技术路径依赖

当前我国创新能力及创新投入仍有待提升，因此需要企业积极对外进行长期、稳定、可持续的技术交流。发达国家技术创新水平高，同时对外资包容性强，是我国企业对外拓展业务版图和技术链路、进行技术交流的良好契机。尤其在汽车行业自动驾驶及IGBT芯片、3C行业智能芯片、光刻机、医药行业药品研发等技术领域，企业可以通过对外布局研发中心向海外学习新技术。

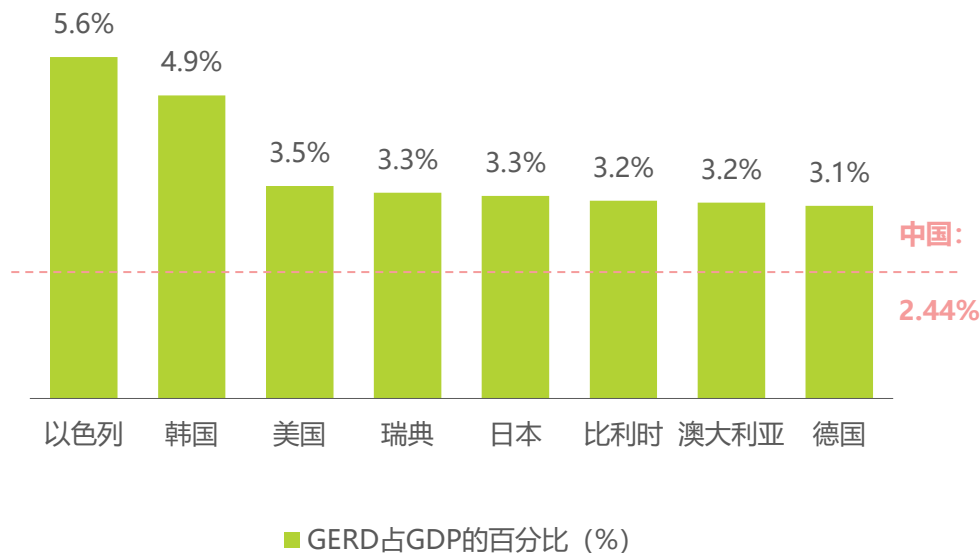
2022年排名首位GII指标数量最多的经济体

中国的投入类创新指标与产出类不匹配

经济体	投入	产出	总数
美国	9	6	15
新加坡	8	3	11
中国	3	6	9
中国香港	6	3	9
以色列	7	2	9
马耳他	4	4	8
韩国	4	3	7
日本	3	3	6
塞浦路斯	4	2	6
瑞士	2	3	5
爱沙尼亚	4	1	5
冰岛	3	2	5

2021年部分国家GERD占GDP的比重

中国仍有向发达经济体提升创新投入的空间



注释：GII是全球创新指数。
 来源：WIPO《2022年全球创新指数报告》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

注释：GERD是国内研发总支出中的国外资金占比。
 来源：OECD，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业出海驱动因素：经济

生产要素价格上涨驱动企业海外设厂；市场饱和促使企业出海创收

企业的经营管理朝着规模化生产和精细化运营方向探索，受成本和收入两方面影响，部分企业开始向海外拓展业务布局。

1) 成本层面：国内劳动力、基础设施资源等成本呈增长态势，为降低生产成本和用工成本，部分企业选择将生产线或产业链迁移至海外，尤其是东南亚、非洲、南美等制造成本相对低廉的地区。**2) 收入层面：**一方面，中国的品牌影响力提升，海外用户接受度提高，为企业进入新市场打下基础；另一方面，电商、游戏、直播等部分行业在国内渗透率较高，且用户消费习惯相对固定，市场竞争激烈。在此背景下，企业为寻求新增长高地，往往会选择出海拓展新市场。

2021年中国与东南亚部分国家生产要素成本对比

东南亚部分国家生产要素相比国内有比较优势

资源价格	劳动力成本 (美元/时)	用电 (美元/千瓦时)	用水 (美元/立方米)
中国	6.7	0.09	0.64
柬埔寨	3.6	0.12	0.19
马来西亚	4.4	0.07	0.46
泰国	2.8	0.12	0.61
越南	2.0	0.08	0.40

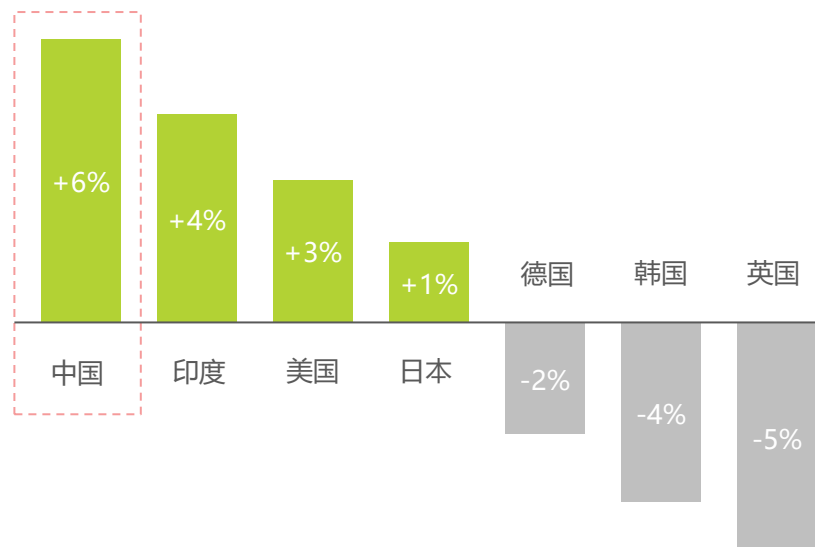
注释：1.中国平均劳动力成本=全国城镇单位就业人员平均工资/单位就业人员劳动时间。
2.东南亚各国劳动力成本为《对外投资合作国别（地区）指南》中月/日平均薪资结合2021年汇率换算得到。

3.中国及东南亚各国资源价格为《对外投资合作国别（地区）指南》中各国工业用水用电第一梯队价格均值结合2021年汇率换算得到，计算中不含环保费、污水处理等费用。
4.本页内计算结果绝对值或与实际情况存在细微差异，但计算逻辑与口径相同，基于相对值输出本页观点。

来源：国家统计局，商务部《对外投资合作国别（地区）指南》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2019-2021年各国品牌全球信任指数变化情况

中国的品牌影响力在全球范围内提升



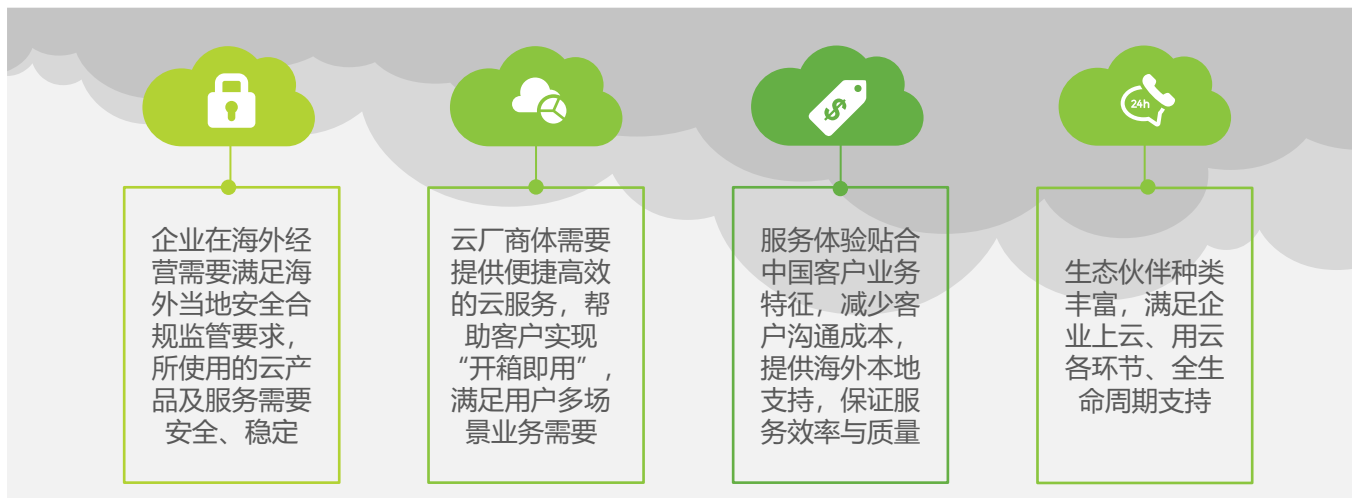
来源：益普索《中国品牌全球信任指数》，《2022年中国游戏产业报告》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业出海用云关注重点

安全是基础，技术是关键，服务是重点，生态是保障

中国出海企业客户用云核心诉求包括：

- 1) **安全、稳定、合规**：出海企业客户需要满足在全球不同地区开展业务的安全合规要求，尤其是对于数据监管的要求；同时，企业需要云厂商提供安全、稳定、全面的云基础设施以支持其业务发展和跨区域业务管理，在业务峰谷期都可以保障业务的顺利进行。
- 2) **“一站式”解决方案**：出海企业客户要求云厂商可以提供丰富的、完整的、覆盖多业务场景的行业解决方案，帮助出海企业客户可以实现“一站式”用云，迅速将云与业务对接，将云服务转化为生产力。此外，出海企业客户需要云厂商可以针对区域差异结合业务发展的不同阶段，及时推送更有针对性的产品，并保证产品及时更新迭代。
- 3) **定制化产品与服务**：为更好地实现降本增效，出海企业客户希望云厂商提供更灵活的定价策略和产品组合，同时能够提供贴近业务实际的服务能力。
- 4) **丰富生态**：出海企业客户希望云厂商可以提供覆盖从上云咨询、用云迁移、云上运维各环节的完整服务，借助云厂商完整的生态体系和本土化团队，帮助出海企业顺利接入海外市场。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中外云厂商出海业务特征 (1/2)

外资云厂商：以全面技术能力为支撑，为客户提供标准服务

广泛的全球基础设施、功能全面的云服务产品及业务生态、经验丰富的本土化团队是外资背景云厂商的主要优势。

1) 外资背景云厂商在业务初期即定位面向全球客户提供云服务，且母公司大多长期在全球提供数字化服务，因此其全球基础设施完善，尤其是在部分非热门区域也有节点可以满足高质量云服务的要求。

2) 相较于在中国仅能提供有限的云产品及服务，外资背景云厂商在全球区域能提供更全面、完善、精细化的云产品供出海客户使用；同时，相较于国内云厂商更聚焦于服务互联网出海客户，外资背景云厂商能为更多传统行业客户如金融、零售、制造、能源等企业提供更多样的出海云服务支持；此外，使用外资背景云厂商产品的出海企业客户，可以以云平台为媒介，进一步接入云厂商所在广泛生态体系，不仅利用云作为技术支持，更可以获得业务拓展的相关支持。

3) 外资背景云厂商在全球多数地区均设有分支机构，并成立本土化服务团队，熟悉海外各区域的安全合规要求，有效保障中国出海企业客户可以满足全球不同市场的监管要求，并为企业客户提供及时的本土化支持。

外资云厂商服务出海企业客户特征



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中外云厂商出海业务特征 (2/2)

中资云厂商：以企业用云特征为导向，为客户提供灵活服务

更贴合中国企业文化的服务方式，针对特定行业（如游戏、音视频、新零售）的长期服务经验，灵活的市场策略是中资云厂商的主要特点。

1) 中资云厂商的出海企业客户，多数已经是现有客户，向其提供的海外云服务内容更多是国内云业务的延伸。相较于外资背景云厂商面向中国出海客户仅提供标准化的产品及服务，中资背景云厂商则更立足于中国出海企业业务特征，结合双方长期合作经验，为其提供更多的定制化产品，并简化服务流程，提升服务效率。

2) 提供出海服务的中资背景云厂商以互联网背景云厂商为主，针对出海客群的主体：泛互联网企业，中资背景云厂商具备丰富的商业实践，因此可以立足自身积累，在技术能力上提供更贴合业务场景的精细化产品和服务，在商业发展上提供相关生态支持及发展建议。

3) 针对出海客户群体，中资云厂商结合客户用云规模、所在行业、出海目的地等因素，提供更多的产品及服务折扣。此外，从全球化角度看，中资背景云厂商目前也积极完善全球基础设施布局，完善全球节点；从区域化角度看，东南亚、中东、拉美地区是中资云厂商目前出海服务布局的重点。

中资云厂商服务出海企业客户特征



长期服务中国企业客户，熟悉中国企业客户业务特征与用云需求，客户服务高效便捷



除统一标准化产品，可进一步结合企业客户业务场景需要，提供定制化开发，满足企业客户个性化需求



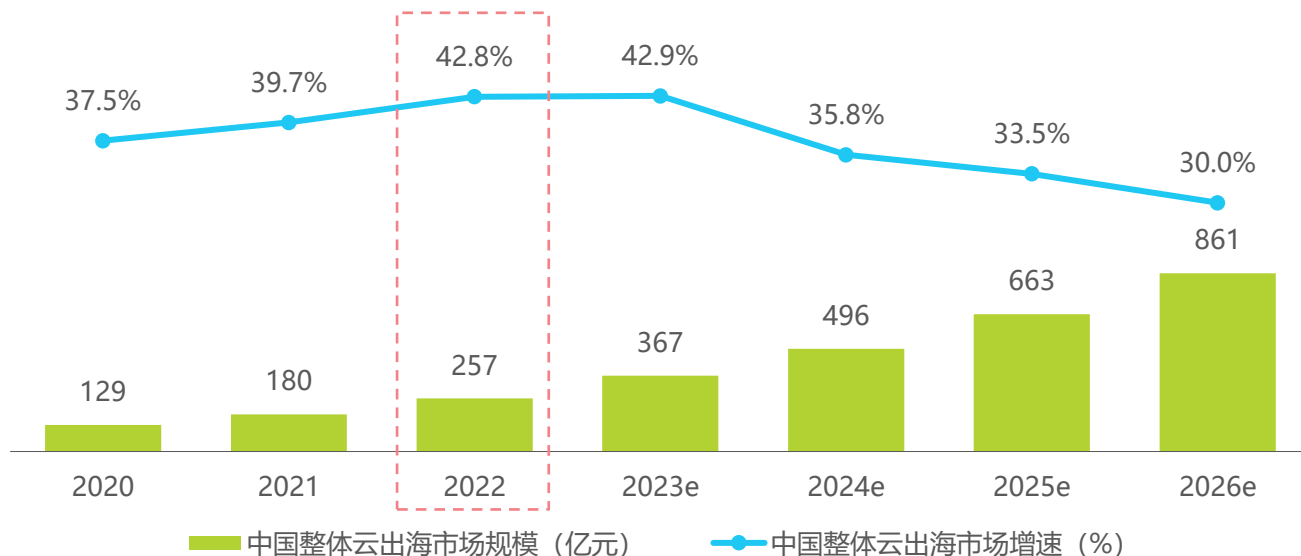
在全球主要区域均已构建完善节点，并围绕中国企业出海重点区域，重点投资基础设施

云出海市场整体规模

云出海市场持续升温，成为推动整体云市场增长的第二曲线

2022 年中国整体云出海市场规模达到 257 亿元，市场增速为 42.8%。1) 从地域结构看，**欧美地区仍是中国云出海市场营收贡献的主要来源**，但欧美云出海市场更多是存量客户持续用云支出。云出海市场增量空间则主要来源于东南亚、中东、拉美等新兴市场。2) 从行业结构看，**互联网行业是中国云出海市场的主体**。目前国内互联网市场渐趋饱和，驱动相关企业出海寻求新机遇。除互联网行业外，传统行业中数字化基础雄厚的头部企业、产业数字化催生的各类“行业新势力”均积极布局海外市场，或利用自身技术优势对外实现能力输出，或借助比较优势将产业链中部分生产要素外移以更好实现降本增效。

2020 - 2026年中国整体云出海市场规模及增速



备注：云出海市场详细口径见附录。

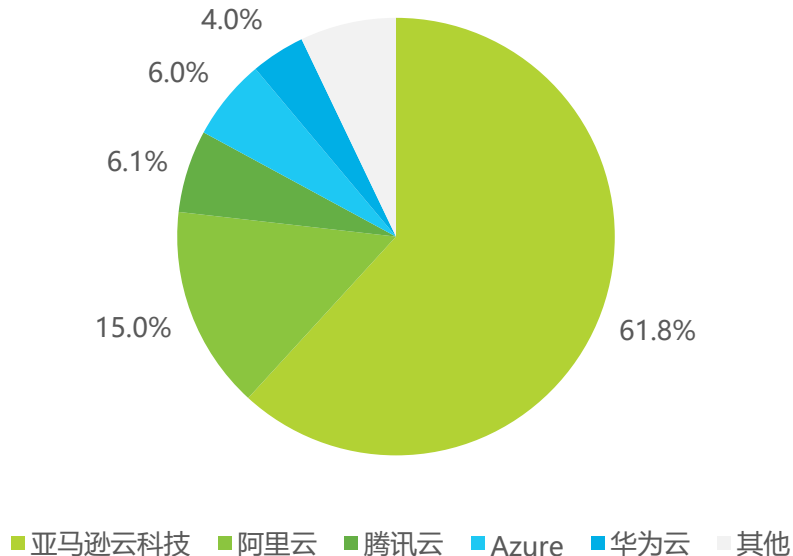
来源：专家访谈、公开市场资料、艾瑞估值模型推算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

云出海市场竞争格局

外资背景云厂商占据主导地位，中国云厂商加速海外市场布局

在出海领域，中资企业客户较为偏向“中外混合”的云厂商选择模式，结合出海地域信息技术基础设施情况、安全合规监管要求、用云投入成本等综合因素，将不同的业务分配给不同的云厂商以实现用云效益最大化。从整体市场看，外资云厂商在云出海市场中占据主导地位，其中，亚马逊云科技占据中国云出海市场61.8%的市场份额；从地域市场看，外资背景云厂商目前在欧美云出海市场优势较为显著，但在东南亚等新兴经济体区域，中国云厂商有望收获更多市场份额。

2022年中国公有云 IaaS + PaaS 出海市场竞争格局



备注：云出海市场详细口径见附录。

来源：专家访谈、公开市场资料、艾瑞估值模型推算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

02 / 企业出海用云特征洞察

企业出海用云的地域特征

- 北美地区
- 欧洲地区
- 亚太地区
- 拉美与非洲地区

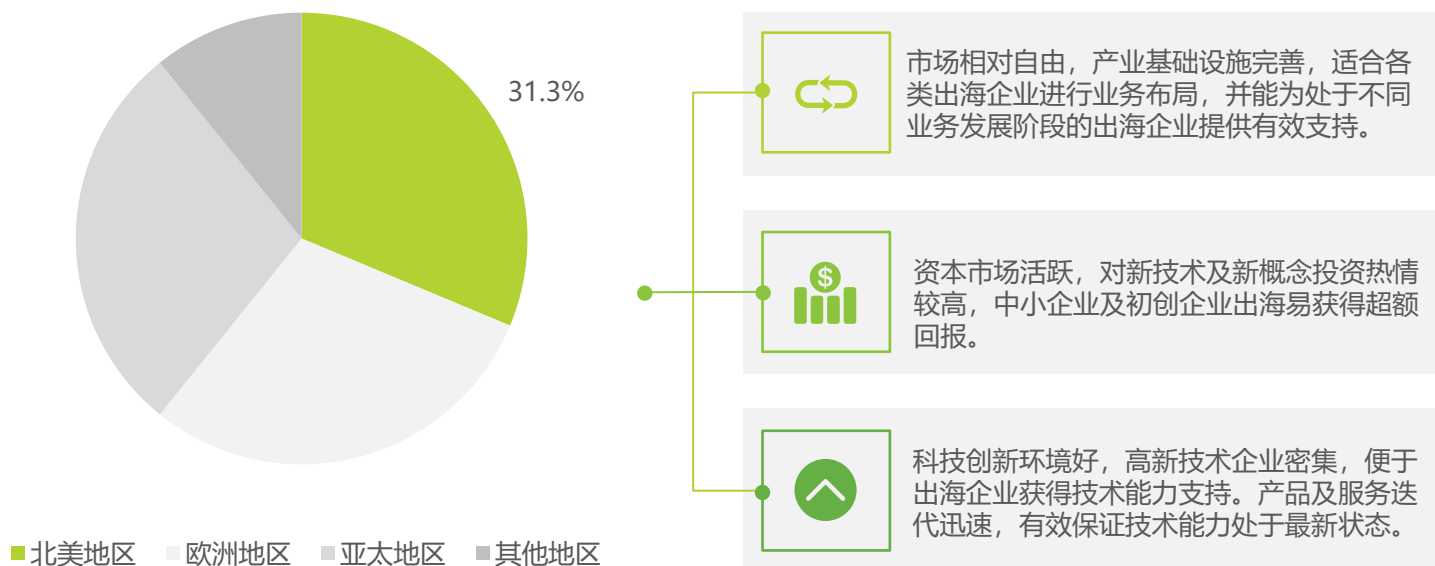


云出海重点区域——北美地区

科技创新氛围浓厚，金融资本市场活跃，出海投资回报率高

北美地区是中国云出海市场营收贡献占比最高区域。从需求侧角度看：在业务初期，北美地区科技创新氛围活跃，为各类内容创新、知识创新、技术创新型企业提供更为完善的基础设施及配套生态，有助于新概念加速落地、新技术快速迭代；在业务加速期，除了在能力上为创新提供支持，北美地区资金充足，且资本市场对各类创新概念较为青睐，企业容易获得外部投融资，为研发投入、产品更新、业务拓展提供必要资金支持；在业务成熟期，北美客户相较于其他区域有更强的消费能力，能帮助出海企业更易收获超额回报。因此，虽然北美地区出海业务相较于其他区域需要更长的建设周期，但以北美为主要出海目的地的企业更愿意承担潜在时间与资金风险。从供给侧角度看：全球主要头部云厂商及科技企业的业务中心均集中在北美，可以为出海客户提供更为完备的本土支持，云厂商的新产品与新服务也更早在北美地区落地，便于出海客户能迅速利用最新的能力工具提升生产效率。

2022年云出海市场地域结构及地区特征



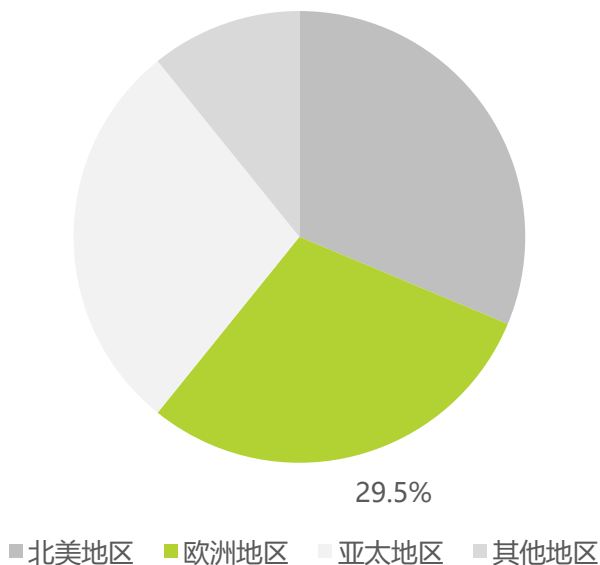
来源：专家访谈、公开市场资料、艾瑞估值模型推算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

云出海重点区域 —— 欧洲地区

数字基础设施完善、市场监管机制成熟、出海市场准入门槛高

欧洲地区在中国云出海市场中营收贡献占比与北美地区接近，是云出海市场的重要构成。从宏观角度看，欧洲政治经济一体化不断完善，整体数字化基础设施完备，可以为各类出海企业提供坚实的技术资源支持。从微观角度看，相较于北美更青睐第三产业出海，欧洲生产制造行业产业链完备，传统企业数字化转型较早，实体行业数字化实践丰富，为第二产业出海，提供更为全面的支持。但是，相较于北美更欣赏“激进”的创新基因，欧洲科技发展更追求“平衡与稳定”，且市场监管内容更精细，合规要求更严格。因此，中国企业出海欧洲地区对企业的技术及资金能力要求较高，出海企业类型更多为中国本土各行业头部企业，或已长期专注于海外业务的成熟企业。由于欧洲地区的经济发展特征及主要客群类型，云厂商在欧洲地区的营收来源集中在行业头部企业的持续用云支出，更聚焦于维护存量客户，对内深度挖掘现有客户的潜在用云场景；对外围绕企业在行业产业链中的位置，不断打通上下游各要素，助力企业构建数字化产业链。

2022年云出海市场地域结构及地区特征



区域整体经济发展较为平衡，数字化程度较高，出海企业目的地选择广泛，且能综合利用区域内各国家优势资源。



传统行业产业链完善，生产制造等第二产业能力突出，数字化经验丰富，可为传统行业出海提供更多经验及能力支持。



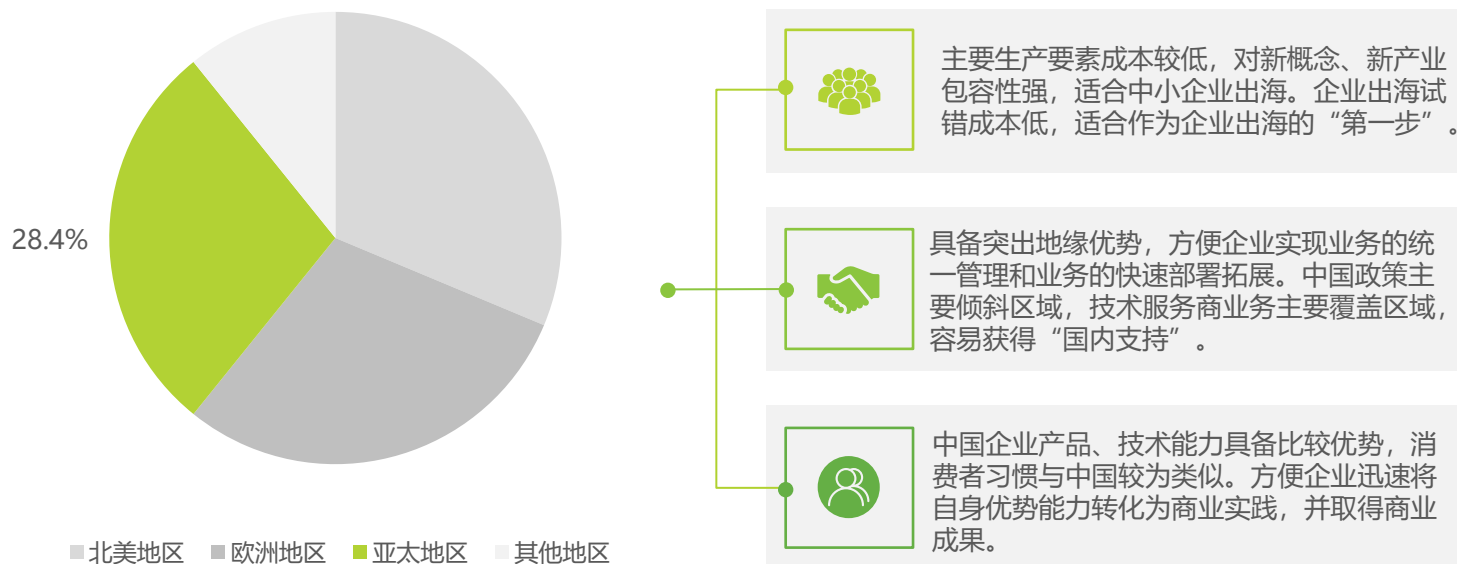
市场监管合规要求高，企业业务建设周期较长；对“创新”相比北美较为“保守”，更适合行业头部企业，或资金及技术密集型企业出海。

云出海重点区域——亚太地区

发挥地缘优势，吸纳新兴产业，东南亚地区成为出海新热点

亚太地区在中国云出海市场中虽然营收占比较低，但近年来市场增速显著，已逐步成为中国企业出海新热点。首先，在政策层面上，中国“一带一路”的重点区域集中于亚太地区，与诸多亚太国家持续强化对外合作关系、深化合作内容，为国央企等大型企业出海提供便利。其次，在企业层面上，得益于良好的地缘优势，中国企业可以更高效地搭建、运营、管理在亚太地区的海外业务，便于中国企业平衡内部管理的“一体化”与业务发展的“多元化”。同时，亚太地区生产要素相较于欧美地区更为廉价，发展中国家市场环境较为宽松，进一步提升对中小企业出海的吸引力。目前，亚太地区（尤其是东南亚地区）不仅是中国企业出海的焦点，也是云厂商竞争的重点。相较于欧美市场更多被外资背景云厂商占据，中资背景云厂商在亚太地区具有相对更强影响力。

2022年云出海市场地域结构及地区特征



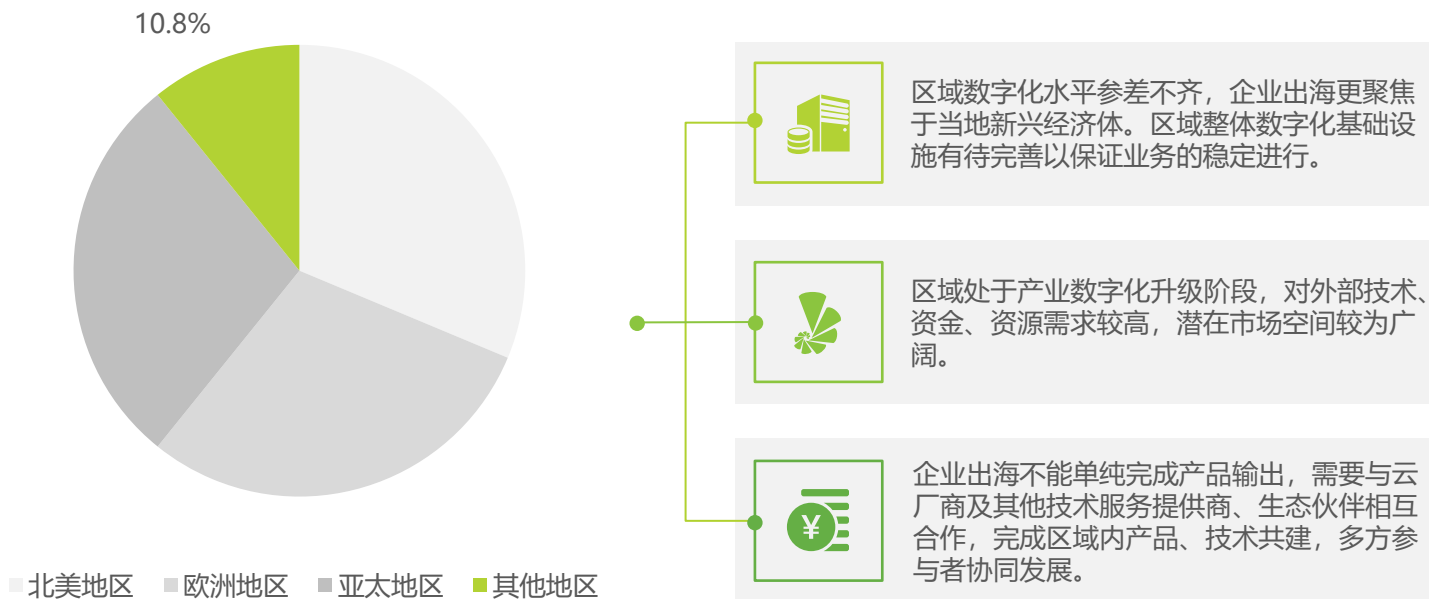
来源：专家访谈、公开市场资料、艾瑞估值模型推算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

云出海新兴区域 —— 拉美与非洲地区

改善基础设施，加速产业升级，出海市场潜在增量空间广阔

拉美及非洲区域的大部分国家数字化基础设施质量参差不齐，企业与个人消费者购买力相对有限。因此，上述区域目前并不是中国企业出海的主要目的地，但随着东南亚、中东等地区逐步成为热点，拉美及非洲地区的部分新兴经济体国家有望成为中国企业出海的新目标。目前从需求侧来看，在拉美及非洲地区布局出海业务的中国企业，主要集中在以输出数字内容为主的泛互联网产业，以及与中国在贸易领域有政策关联的相关产业。但是上述企业在拉美及非洲地区为保证产品及服务质量，更倾向于私有化部署，用云比例有待提升。因此从供给侧来看，全球头部云厂商已逐步加大在拉美及非洲地区的基础设施建设，并强化与本土技术服务企业的合作，优化对出海企业的技术服务保障，鼓励更多出海客户加速上云、用云。

2022年云出海市场地域结构及地区特征



来源：专家访谈、公开市场资料、艾瑞估值模型推算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业出海用云的行业特征

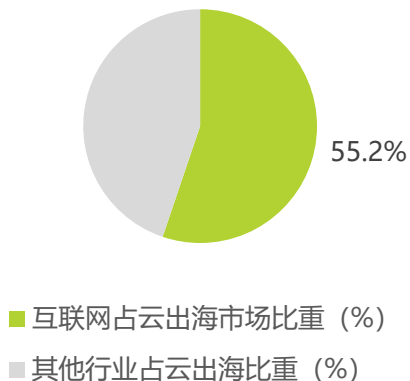
- 互联网行业
- 金融行业
- 零售行业
- 制造行业



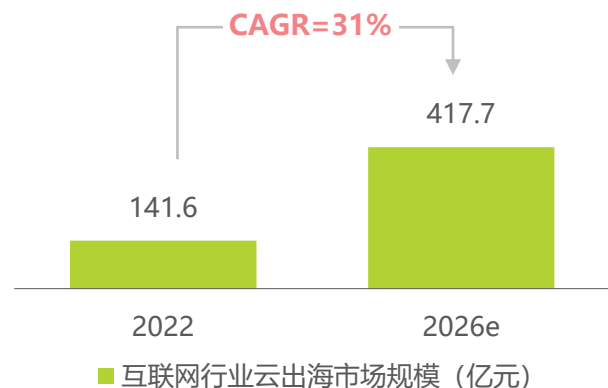
互联网行业：云出海市场规模及趋势

游戏、音视频是主要赛道，行业未来出海增速逐渐放缓

2022年互联网行业占云出海规模比重



2022-2026年互联网行业云出海规模及增速预测



市场特征：

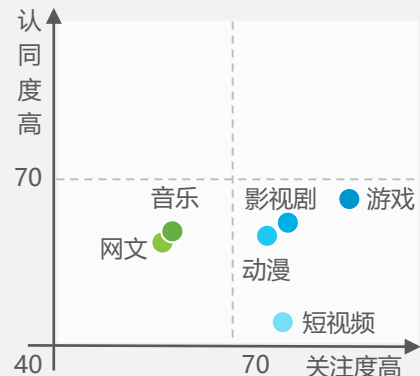
- 互联网行业出海受两方面因素驱动：1) 国内对数字文化内容**监管趋严**，同时国内市场趋于饱和，企业发展受限；2) 中国游戏、影视剧等内容在**海外关注度及认同度颇高**，同时海外用户付费意愿更高，出海有利于市场拓展。
- 互联网行业是当前云出海市场的主力军，其中**游戏、音视频是互联网行业主要出海赛道**。
- 未来随着其他行业出海规模陆续壮大，**互联网行业出海增速会逐渐下降**。



出海环境：

- 相似的互联网成熟度有相似度玩法偏好，**游戏及音视频海外认同度高**，且日韩、欧美地区互联网发展指数排名靠前，因此二者是中国互联网企业出海主要目的地，东南亚等地需求逐渐释放。

2022年中国数字文化出海的海外接受度图谱



来源：1.市场规模：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制；2.中国数字文化出海接受度：当代中国与世界研究院《中国数字文化出海年度研究报告（2022年）》。

互联网行业：出海企业用云特征

公有云部署为主，关注云厂商的节点布局的全面性和节点运行的稳定性

	行业特点	选型偏好	区域偏好
游戏	<ul style="list-style-type: none"> 需求共性：存在更新版或版本快速迭代需求； 用户：分布广，节假日存在高并发 	<ul style="list-style-type: none"> 性能：尤其MOBA类游戏对计算性能、网络延时要求高，对GPU有需求； 节点：需要完善的全球CDN节点布局，保障游戏跨服、跨云运行顺畅，不中断 	
音视频	<ul style="list-style-type: none"> 需求共性：存在大规模内容分发及审核需求； 直播及多屏互动连麦场景：对时延及高并发要求高； 点播：对流媒体传输能力、画质清晰度和编解码算法有要求 	<ul style="list-style-type: none"> 性能：对产品的弹性扩容与弹性负载均衡能力有要求 节点：对海外CDN节点布局、负载均衡和分发稳定性有较高要求； 产品：偏好有视频直播、点播解决方案及AI技术支持的厂商 	<ul style="list-style-type: none"> 欧美市场：消费意愿高，云基础资源稳定； 日韩市场：游戏偏好相似； 东南亚市场：用户基数大，消费潜力大
社交娱乐	<ul style="list-style-type: none"> 产品类型：产品以满足用户单人或多人互动为目的，以多种社交功能与互动方式为卖点 	<ul style="list-style-type: none"> 产品：偏好具备IM+RTC综合解决方案的厂商，要求具备文本与视频传输稳定、实时传输能力； 性能：希望产品能实现海量用户数据存储及处理，保障高可用性和用户体验 	
工具类	<ul style="list-style-type: none"> 产品类型：包含协同工具、数据分析、开发等工具； 需求共性：要求具有兼容性和稳定性，同时符合当地用户使用习惯 	<ul style="list-style-type: none"> 产品：要求产品具备可靠的存储与数据备份功能，同时具备数据加密及访问控制能力，同时具有可扩展、自动化 workflows 和数据处理能力； 部署：涉及内部核心业务的产品偏好私有部署 	

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

CPaaS+SaaS产品矩阵，为用户提供实时、稳定、优质的云通信服务

牛信云专注于出海通信领域，以CPaaS+SaaS产品矩阵为基础，依托全球节点布局和强大的技术开发能力，结合行业理解和客户服务经验，为用户提供多场景一体化通信解决方案。其中，牛信云的CPaaS系列产品覆盖号码、消息、语音、社媒四大类别，为企业客户和开发者提供稳定、优质的通信产品；SaaS平台NXLink由数字营销和呼叫中心两大板块组成，为出海企业提供标准化的产品解决方案。发展至今，牛信云的业务已覆盖全球220个国家和地区，帮助3万多家企业客户击破出海业务拓展难点。

牛信云CPaaS+SaaS产品矩阵赋能企业出海



注释：文中 WhatsApp 指 WhatsApp Business，Viber 指 Viber Business。
来源：企业及专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

一站式海外通信解决方案，帮助企业全渠道触达用户，实现高效留存转化

牛信云拥有丰富的通信产品和覆盖全球的渠道资源，通过深入研究出海行业多种运营需求，为泛互、教育、电商等企业出海业务拓展提供贯穿用户全生命周期、满足多样化通信场景需要的一站式海外通信解决方案。在泛互联网行业应用场景中，牛信云为出海企业提供全流程闭环的通信服务，精准击破企业在海外触客难、拓客难、用户粘性低等痛点，打造极致的海外用户体验，助力企业海外业务高效增长。未来，牛信云将持续创新产品和服务，为企业提供更加稳定、全面的通信技术支持，提升企业海外市场竞争力。

解决方案适用千行百业

牛信云泛互联网解决方案提升企业出海竞争力



注释：文中WhatsApp均指：WhatsApp Business。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

高性能基础架构+弹性扩缩容，让BIGO从容应对海量并发，直播更流畅

腾讯云夯实BIGO海外技术底座

客户需求概述

客户简介



BIGO LIVE

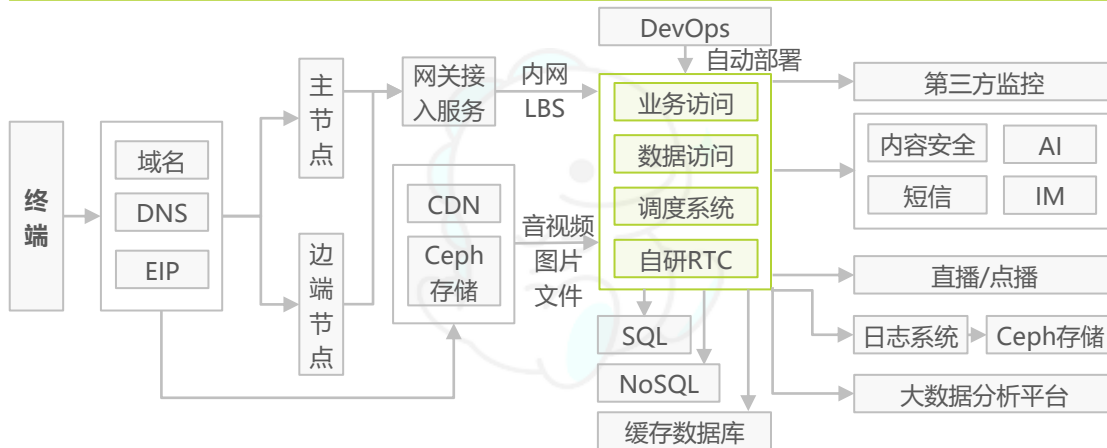
BIGO Live是一款直播社交平台，以直播和短视频为主要内容，持续在印尼、中东、等国家开辟新市场

客户需求

- **优化底层IT基础架构：**BIGO面对覆盖全球的庞大用户群体，以及游戏直播领域的竞争环境，急需提升终端用户精准推荐，需要对支撑海量基础数据做模型分析以及推荐算法优化；
- **底层资源扩容：**由于直播中瞬时突发性场景较多；短视频内容聚合分离，对计算资源的扩缩容、灵活调度、性能及成本要求提升

腾讯云基础架构解决方案

- **高性能基础架构：**支持终端用户算法推荐模型训练以及海量存储需求；
- **自动扩缩容能力：**优化BIGO的资源动态调整以及成本优化；
- **数据安全：**腾讯云网络层面将不同业务对应的VPC进行隔离，使用不同的专线网关连接不同云上及私有IDC业务，保证关键业务访问、数据访问、调度系统在私有数据中心与云上的安全加密传输



方案效果

- **优化基础架构：**
 - 使用腾讯云流量调度服务，兼容开源，分钟级快速部署集群；
 - 业务的部署通过客制化模板化操作，简单易用；
 - 数据中心之间通过独享总计 TB 级带宽专线连接达到全球低延时高带宽的互联互通，达到网络加速的目的，提高用户的访问与接入速度，提升用户体验；
 - 大数据平台实现跨可用区高可用、数据自动备份；
 - 基础架构I/O性能调优、资源灵活调度；
- **提升业务表现：**
 - 凭借腾讯云提供的基础架构和弹性扩缩容，BIGO旗下各产品轻松应对海量并发苛刻要求，帮助全球150个国家的4亿多用户获得高质量的流畅直播观看体验

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

腾讯云TRTC服务提升时间在线音视频品质与并发量，实现中东业务快速扩张

腾讯云赋能Lightchat拓展海外业务

客户需求概述

客户简介

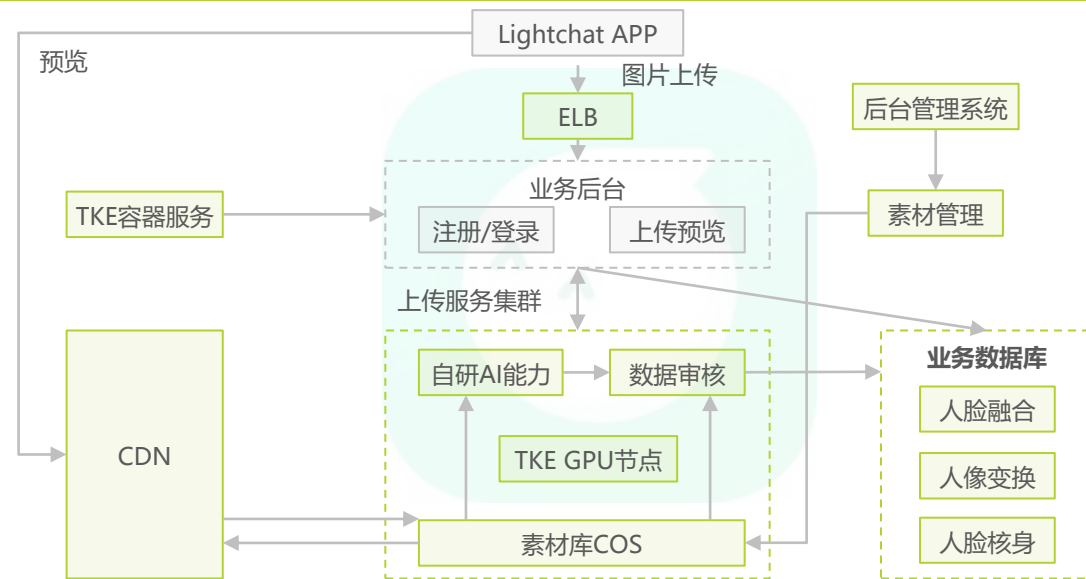


时间在线 (Lightchat Entertainment) 是一家致力于发展东南亚音视频市场的技术驱动型公司

客户需求

- **高品质**：音质要求高、用户覆盖东北亚等区域；
- **高并发**：数万人同时在线，需要支持高并发；
- **兼容性**：用户特征多样，需要与多种型号终端设备匹配；
- **安全合规**：出海合规要求，业务满足本地数据安全合规

腾讯云泛娱乐出海解决方案



方案效果

高品质：

- 超低延迟：全链路延时优化，延迟300ms内；
- AI智能降噪：原子天籁实验室，腾讯会议同款3A引擎；
- 音频：**支持192Kbps/双声道立体声；混流旁路支持HE-AAC**；
- 海外节点覆盖，用户本地接入，更流畅的播放体验；
- 内网转推到腾讯云 CDN，免推流费用；
- 无缝上下麦，提升互动体验。

高并发：

- 支持单个房间百万人同时观看超低延时直播；

兼容性与安全合规：

- 语聊房服务接入腾讯云TRTC服务，依靠腾讯云覆盖全球的专线网络以及平台合规方案，全球均可互通，提供覆盖手机、桌面全平台的客户端 SDK 以及云端 API；

实施效果：

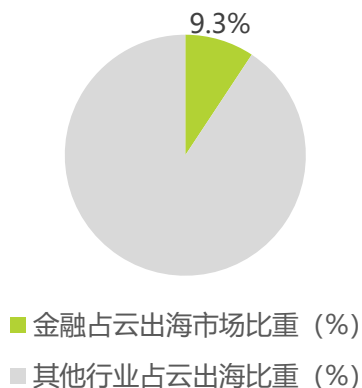
- 客户在2周内完成腾讯云 TRTC 和现网系统对接，为中东用户提供低延时、稳定高质量的音频和视频服务，目前月时长1亿分钟。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

金融行业：云出海市场规模及趋势

金融创新型业务出海重心向监管相对宽松的区域转移

2022年金融行业占云出海规模比重

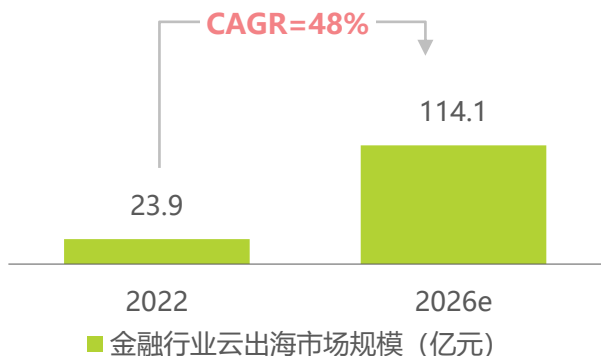


市场特征：

- 金融行业按业务类型可分为传统金融和互联网金融。**传统金融**如银行、保险、证券、支付、租赁等，**多为国内业务主动向海外延伸**；**金融创新型业务**以第三方支付、加密货币、P2P借贷为代表，部分业务**受监管要求被迫出海**。
- 金融行业是继互联网之外的主要出海赛道，金融电子化和移动化为传统金融出海创造更多机会，**传统金融企业沿支付、信贷、理财的方向拓展业务**。
- 加密货币发展势头正盛，预计**未来3年内区块链金融会成为出海营收贡献的主体**。



2022-2026年金融行业云出海规模及增速预测



出海环境：

- 传统金融**：一方面借中国企业出海浪潮拓展业务，通过理财及支付业务承载企业出海资金需求，向欧美地区拓展；另一方面跟随人民币国际化的脚步，沿着“一带一路”沿线国家及东南亚、中东、拉美、非洲等新兴市场深耕。
- 金融创新型业务**：主要出海区域聚焦金融基础设施建设成熟、监管完善的美国、西欧、日韩、澳新等发达市场。其中加密货币受监管限制颇为严格，逐渐从欧美向东南亚、南美等地延展。

2022年部分地区虚拟货币持有比例

亚洲	印尼	41%
南美洲	巴西	41%
亚洲	阿联酋	35%
亚洲	新加坡	30%
亚洲	以色列	28%
非洲	尼日利亚	26%
非洲	南非	25%
亚洲	香港	24%
北美洲	墨西哥	22%

金融行业：出海企业用云特征

私有云为主，传统金融重视安全合规和运维能力，创新型业务侧重稳定性

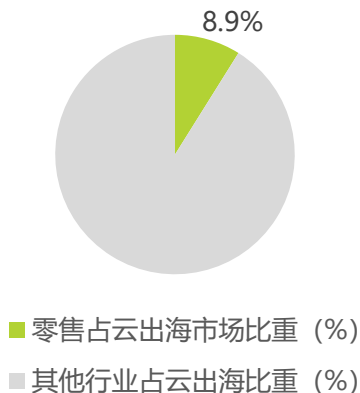
	行业特点	选型偏好	区域偏好
传统金融	<ul style="list-style-type: none"> 企业类型：包含银行、保险、证券、租赁等 	<ul style="list-style-type: none"> 需求共性：整体呈现风险厌恶，要求服务商适应当地法规政策，偏好有成熟出海服务经验的云服务商 	<ul style="list-style-type: none"> 从金融基建完善的欧美地区向用户基础大、经济发展潜力较高的新兴市场拓展
	银行 <ul style="list-style-type: none"> 产品类型：主要出海业务为跨境存汇款、结算和理财； 需求共性：跨境结算业务对网络稳定性要求高，5G业务、AI、虚拟人等场景对算力有需求 	<ul style="list-style-type: none"> 部署：公有云部署占比约40%，私有云比重逐步提升； 节点：私有云主要用于存储用户核心数据，通常会选择在香港、新加坡等地部署节点； 产品：银行衍生产品多，偏好产品生态系统完善的云厂商，便于内部各体系衍生的新应用能够快速上云； 对服务商能力要求：安全合规 > 稳定性 > 可靠性 > 性价比 > 售后服务 	
	证券 <ul style="list-style-type: none"> 需求共性：业务中产生大量热数据 	<ul style="list-style-type: none"> 对厂商能力要求：安全合规 > 低时延 > 可靠性 > 性价比 > 售后服务 	
	保险 <ul style="list-style-type: none"> 长周期险种为主保险机构：偏好能长期、稳定提供服务的云厂商； 短期险种为主的保险机构：关注云产品时效性及售后服务及时性 	<ul style="list-style-type: none"> 性能：业务中产生大量或需要长期存储的用户隐私信息，因此对系统稳定性、带宽保障及存储性能要求高； 对厂商能力要求：安全合规 > 性价比 > 稳定性/存储性能/售后服务 	
金融创新	<ul style="list-style-type: none"> 加密货币：市场波动较大，且为全天候交易机制，需要实时响应、动态扩展的交易系统和承载高并发的技术底座 	<ul style="list-style-type: none"> 产品：偏好海外节点丰富的云服务商，关注云服务的稳定性、容错性和自动化故障恢复机制； 对服务商能力要求：安全合规 > 节点数量 > 稳定性 > 可靠性 	<ul style="list-style-type: none"> 以新兴区块链金融市场（瑞士、新加坡）为主，监管相对宽松，市场包容度高

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

零售行业：云出海市场规模及趋势

跨境电商是出海主体，欧美地区是主要出海目的地，亚太地区增速快

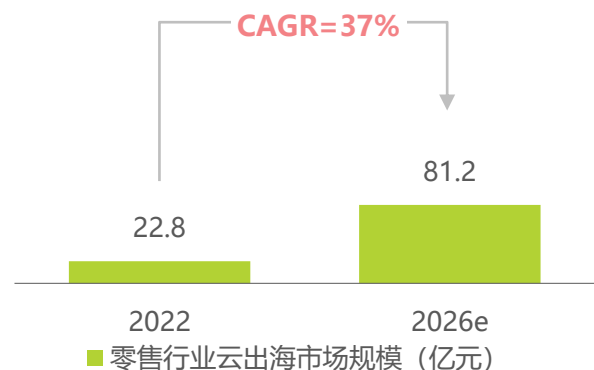
2022年零售行业占云出海规模比重



市场特征：

- 零售行业根据销售模式可分为传统零售和跨境电商。**传统零售**顺应品牌影响力辐射路径出海，朝着线上线下一体化方向拓展；**跨境电商**的发展得益于综试区和联盟国伙伴间贸易政策利好，**向需求旺盛、物流、支付体系完善的地区拓展。**
- 跨境电商是零售行业出海主体。但零售行业的规模扩张与当地品牌影响力、生产供应质控、仓储物流效率和销售模式均有关联，需长期布局，**预计未来3年内发展相对平缓。**

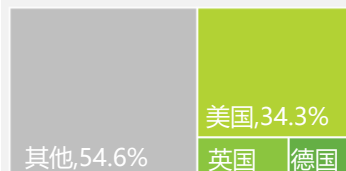
2022-2026年零售行业云出海规模及增速预测



出海环境：

- 欧美成熟市场是跨境需求集中地，但市场相对饱和
- 亚洲零售市场近年凭借人口红利与互联网普及逐步崛起

2022年中国跨境出口电商目的地分布



2022年全球各国电子商务零售额增速TOP10



来源：eMarketer，海关总署，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

零售行业：出海企业用云特征

传统零售用云集中在数据存储，跨境电商用云关注高峰并发与弹性

	行业特点	选型偏好	区域偏好
传统零售	<ul style="list-style-type: none">企业类型：多为集生产制造及销售为一体的企业，但生产比重较轻，通常有两种出海模式：装配式商品多在海外设生产点，就近销售；标准产品多为国内生产，海外设仓储点按需发货	<ul style="list-style-type: none">产品：云服务需求以服务器、数据库、数仓为主；部署：整体数字化程度较低；对厂商能力要求：产品性能 > 性价比 > 售后服务	<ul style="list-style-type: none">东南亚、南亚等地与我国消费习惯相近，是传统零售主要拓展区域
跨境电商	<ul style="list-style-type: none">平台型跨境电商：多与阿里速卖通、亚马逊等平台合作，获取流量倾斜和管理工具；需求共性：更依赖电子商务平台、支付集成、物流和海关通关等方面的云服务，以支持在线销售、跨境支付和国际物流	<ul style="list-style-type: none">产品：零售活动呈现周期性，企业关注零售活动高峰时期云产品的稳定性和弹性；性能：B2B电商平台会涉及大量的数据和计算，需要更强的算力、存储和网络资源；B2C电商则更注重前端界面交互流畅性与产品使用稳定性；部署：跨境电商整体用云积极性相对传统零售更高，且用云以公有云为主；出海对厂商能力要求：产品性能 > 性价比 > 售后服务 > 安全合规	<ul style="list-style-type: none">高净值商品：出海目的地以欧美地区为主；高性价比商品：出海目的地以东南亚、南美及非洲地区为主

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

覆盖出海零售全链路的产品及解决方案，全方位帮助企业快速拓展海外业务

亚马逊云科技 (Amazon Web Services) 是亚马逊面向客户提供的云平台，目前已为数百万客户提供优质的云服务。在跨境零售领域，亚马逊云科技融合了亚马逊包括电商和物流等全球业务体系和全球合作伙伴体系，围绕企业出海业务中海外建站、业务部署、用户触达、访问加速与内容分发、业务安全和跨境合规、出海路径规划、全球开店服务、产品智能化升级到数字化营销推广等环节，为企业提供全面的产品和全链路解决方案，帮助企业从容应对全球市场的挑战。亚马逊云科技的产品和服务一方面保障跨境零售电商网站的高可用性、弹性扩展和全球部署，保障终端用户的购物体验；另一方面将全球数据安全与合规经验封装成解决方案，全方位保障企业和客户数据的安全。

亚马逊云科技跨境电商产品及服务矩阵

	海外用户触达	跨境业务部署	海外建站	访问加速与内容分发	全球业务安全	跨境合规
产品 及 服务	Amazon Simple Email Service	AWS Direct Connect	Amazon EC2	Amazon Lightsail	Amazon WAF	Amazon Config
	Amazon Connect	Amazon Virtual Private Cloud	Amazon Route 53	Amazon CloudFront	AWS Shield	AWS Audit Manager
	Amazon Simple Notification Service		Amazon S3	Amazon Kinesis Video Streams	Amazon GuardDuty	AWS CloudTrail
解决方案	QnABot on AWS	网络编排解决方案	WordPress 一键部署建站解决方案	Elastic Load Balancing	Amazon Network Firewall	Amazon Network Firewall
	Listmonk电子邮件营销	Data Transfer Hub	无代码可视化建站方案	Amazon Interactive Video Service	Amazon WAF 安全自动化	敏感数据保护解决方案
				Amazon CloudFront Extensions	基于 Keycloak 的身份及访问控制系统	
			AWS PrivateLink			
			AWS虚拟等候室			
			边缘安全媒体交付解决方案			

亚马逊云科技 Marketplace & 合作伙伴解决方案

优势

01 成熟丰富的全球客户实践及覆盖跨境业务全链条的产品和解决方案

02 合作伙伴共创生态多维度满足企业出海需求

03 可靠的数据安全及业务合规解决方案

04 亚马逊全球业务体系如电商、物流等强大支持助力企业成功出海

05 全球覆盖的优质基础设施能力和充分验证的业务稳定性

06 中国团队的全球业务支持

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

安全合规经验及丰富的数据库产品组合，赋能零售企业自建独立站出海

企业搭建海外项目时，亚马逊云科技丰富的全球资源和产品种类，同时能满足几乎所有全球监管机构的合规性需求，针对丰富的产品和服务，亚马逊云科技提供完善的在线文档和演示教程，以及商务、技术团队的培训支持，让零售企业快速上线海外项目。企业经营海外业务时，经营性数据通过独享光缆专线进行脱敏汇总和分析，既保障了全球多区域部署服务和运营的合规要求，又提供了便捷的管理能力和高速稳定的全球通信支持。

亚马逊云科技助力泡泡玛特拓展海外零售业务

客户需求概述

客户简介

POP MART

POP MART泡泡玛特是成立于2010年的潮流文化娱乐品牌，致力于将国有潮玩品牌推广到全球

客户需求

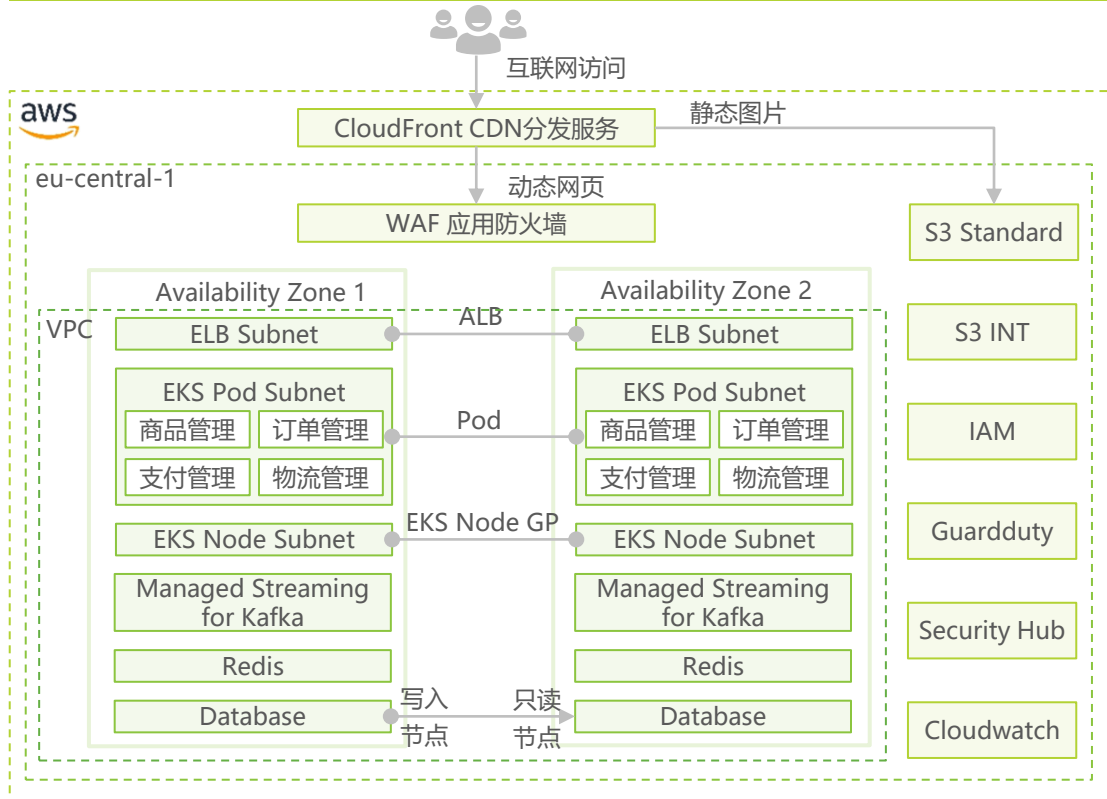
- 通过**自建独立站**的形式进军海外电商市场，推广国有IP和品牌，拓展商业版图；
- 需要有**全球资源丰富和稳定支持**的技术厂商支持；
- 希望有完整的方案**支撑在线商城的搭建和后续运营**

方案效果

- 安全合规**：亚马逊云科技满足全球监管机构合规性需求，有效降低审计成本；
- 稳定高效**：亚马逊云科技独有光缆通信服务和丰富的云资源及产品选择，保障业务稳定运营并提升经营分析能力；
- 降本提效**：运用亚马逊云科技产品大幅缩短了项目合规周期，以更低成本完成全球在线商城的部署运作

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

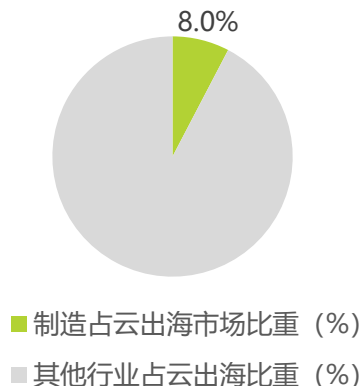
泡泡玛特基于亚马逊的架构示意



制造行业：云出海市场规模及趋势

出海路径以中国为中心向周边地区延展，智能制造是出海主体

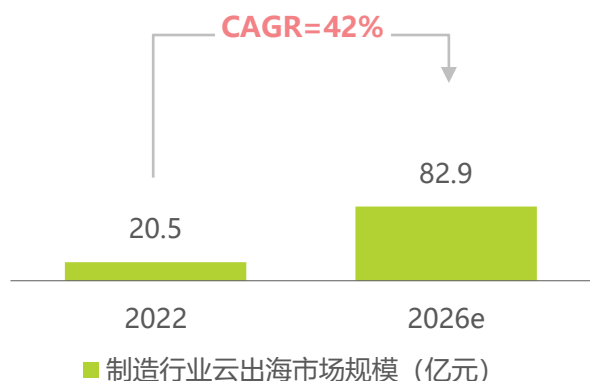
2022年制造行业占云出海规模比重



市场特征：

- 根据制造过程的技术应用，可将制造行业划分为传统制造和智能制造。
- 智能制造是出海主体，主要目的是为了**通过全球化市场资源的最优配置**，实现产业链降本提效和市场拓展。
- 随着出海布局深入，中国制造业已从**单一业务单元出海向全产业链出海递进**，管理模式也从粗放式管理向精细化运营转变。**以重型机械、3C产品和新能源车为代表的智能制造将成为出海新势力。**

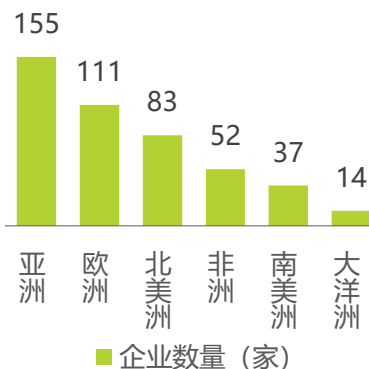
2022-2026年制造行业云出海规模及增速预测



出海环境：

- 中国制造业出海路径主要以**中国为中心向周边人力、原材料、租金等性价比高的地区辐射**，将生产线逐步迁至海外。
- 目前制造业企业用云需求集中在基地内部生产制造、内部行政管理和产品销售。随着海外生产与研发基地数量增多、各环节的数字化程度逐步提升，**用云需求将向研发侧仿真模拟与跨区域生产管理倾斜。**

2022年中国制造业出海地区排名



制造行业：出海企业用云特征

传统制造以冷数据存储为主，智能制造以热数据处理为主

	行业特点	选型偏好	区域偏好
传统制造	<ul style="list-style-type: none"> 企业类型：集生产制造及销售为一体的企业； 产品：装配式商品多在海外设生产点，就近销售；标准产品多为国内生产，海外设仓储点按需发货 	<ul style="list-style-type: none"> 产品：整体数字化程度较低，云服务需求以服务器、数据库、数仓为主； 出海对厂商能力要求：安全合规 > 性价比 > 产品性能 	<ul style="list-style-type: none"> 根据产品属性、地区环境及用户偏好有所差异； 东南亚、南亚等地与我国消费习惯相近
智能制造	<ul style="list-style-type: none"> 用云场景：1)研发端用云：仿真模拟、生产协同等涉及计算、数据存储，但目前在海外设立研发机构的制造业企业数量较少；2)生产端用云：生产数据同步、备份、车间管理；3)使用端用云：图像视频实时渲染、实时计算等，售后数据备份、数据同步等；4)汽车制造主要用云需求在生产协同和车联网； 用云现状：虽然用云需求量大，但用云深度尚有待深入，没有大量算力和定制化需求 	<p>汽车制造</p> <ul style="list-style-type: none"> 产品：随着自动驾驶的发展，企业偏好选择AI能力突出的云厂商，获取一定技术支持； 部署：公有云部署为主，主要涉及座舱网联业务，私有云部署企业内部管理系统，因此对云厂商的节点布局有要求； 对厂商能力要求：产品性能 > 性价比 > 安全合规 > 售后服务 <p>其他智能制造</p> <ul style="list-style-type: none"> 部署：公有云上处理商品中产生的图像处理、AI识别、工单请求等热数据，并存储必要的图片、视频等内容；私有云存放少量核心技术、客户敏感算法等数据； 对厂商能力要求（生产端）：性价比 > 安全合规 > 产品性能 > 售后服务； 对厂商能力要求（使用端）：产品性能 > 安全合规 > 性价比 > 售后服务 	<ul style="list-style-type: none"> 欧美地区：客群数量大，设立研发及生产基地为主； 东南亚、南亚等地：我国商品在东南亚市场接受度高，企业以设立工厂为主，获取高性价比原材料，就地销售； 南美、非洲、大洋洲：由于经济水平限制了消费能力，云投入比重很少

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

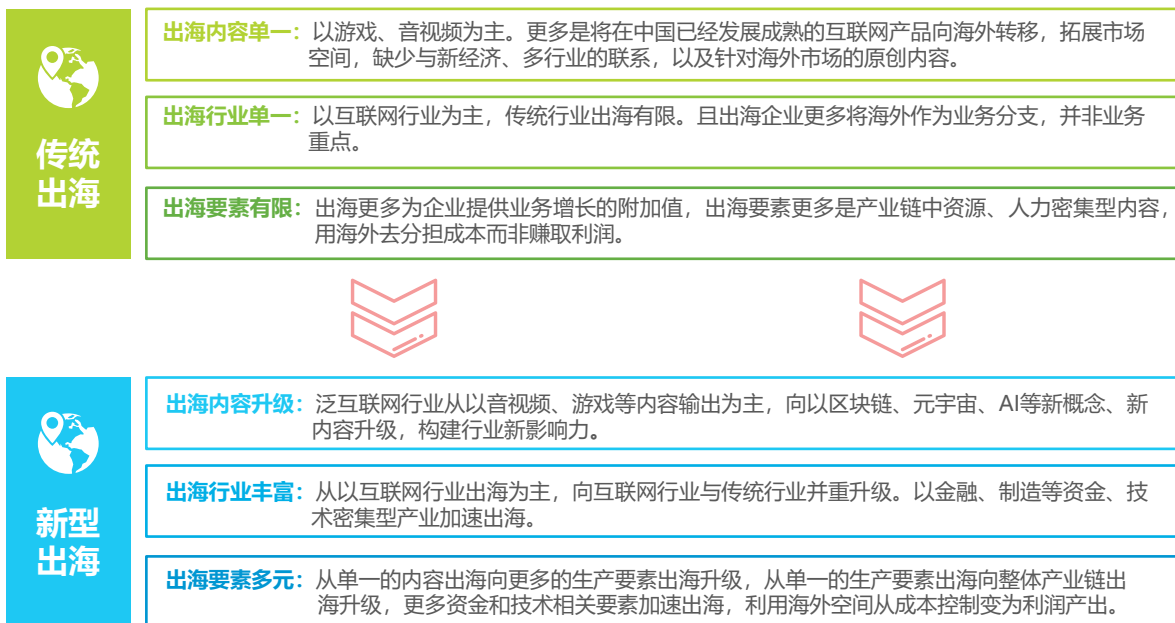
03 / 企业出海用云趋势探索

企业出海业务发展趋势

新兴产业积极拥抱海外市场，新创意与新要素逐步走向全球

相较于国内更注重“数实结合”，强调技术能力要有效支持实体经济，产品能力要具备更强的实践性，海外市场（尤其是新兴经济体）则对仍处在雏形阶段的新概念、新内容、新技术具有更强的包容性，提供更多的激励计划以吸引初创企业或开发者。伴随区块链、元宇宙、生成式AI等新热点的不断涌现，游戏设计、音视频内容的日益丰富，许多科创企业逐步尝试将海外市场作为其新创意的“试验田”，推动新兴产业出海。此外，在中国产业数字化升级进程中涌现的“行业新势力”和传统行业中数字化基础较为雄厚的头部企业，逐步将数字化能力推广到其全球化业务运营和供应链管理中，以更有效地挖掘和利用全球优势资源。例如，中国智能制造、智能汽车等行业已逐步将其产业链中的部分要素转移到海外，从单纯的制成品出海向生产要素出海转变。

出海业务及出海产业持续升级

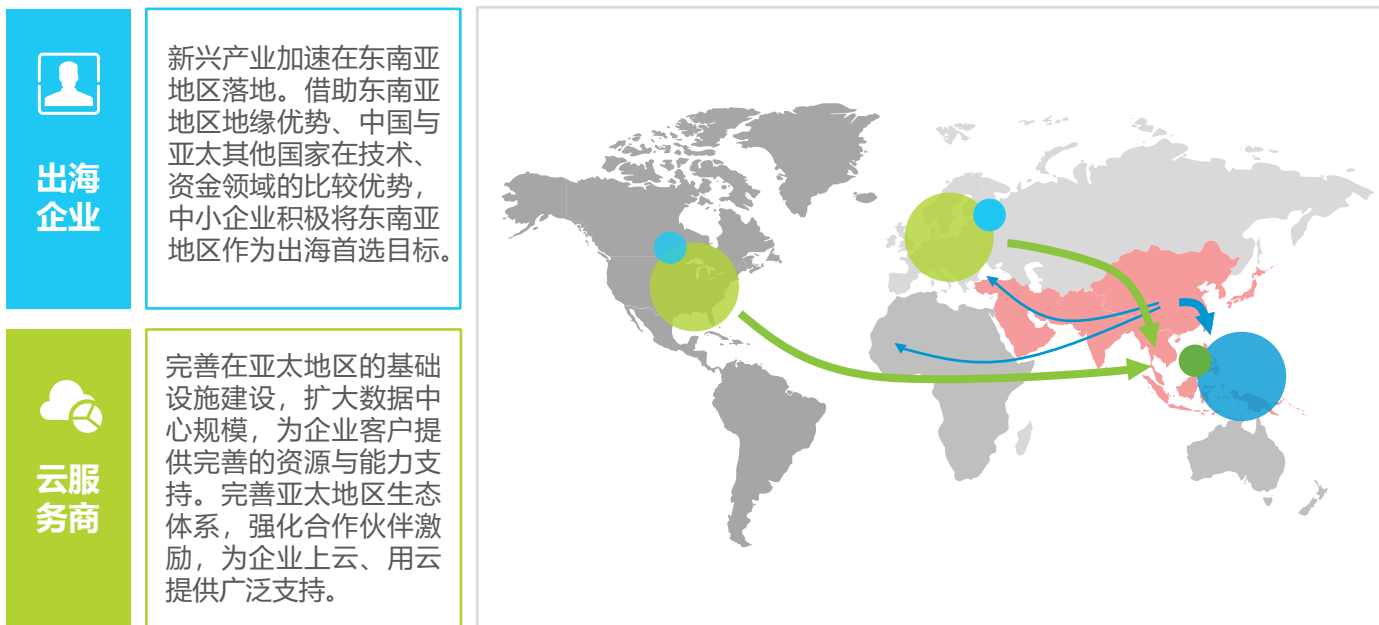


企业出海地域分布趋势

云厂商由欧美存量市场加速向亚太地区及其他新兴市场渗透

欧美地区数字化基础设施完善，市场机制成熟，行业监管严格。企业向欧美地区出海的资金、技术门槛较高，项目建设周期较长。从需求侧角度看，中国出海企业逐步将亚太地区（如东南亚、中东）作为出海首选目的地，以使用更低的运营成本实现更高效的业务搭建，并不影响业务推进的前提下保留充足的“试错空间”。从供给侧角度看，欧美地区虽然是云厂商出海业务营收的主要来源，但欧美地区云市场格局稳固，云业务更多是存量客户持续用云投入，新客增长有限且拓客成本较高。因此，云厂商也逐步将云业务布局重点转向亚太地区及其他新兴经济体，以此来拓展增量空间。未来，在亚太地区及其他全球新兴市场，云厂商会加速完善云基础设施布局，升级对区块链、元宇宙、NFT、AI、IoT等新业态的激励计划，强化区域业务及技术生态体系，进一步在新兴市场中塑造差异化竞争优势，在新赛道中构筑先发优势。

出海热点由欧美地区向亚太地区转移



附录 – 企业及市场份额统计口径说明

➤ 产品范围界定：

IaaS为基础云服务厂商向其客户提供的基于云/虚拟化的通用计算、存储、网络资源与服务。

具体包括——

- 1) 计算服务：虚拟机、弹性计算、云主机、裸金属服务、GPU云服务器、FPGA云服务器、高性能计算
- 2) 存储服务：对象存储、文件存储、块存储、表格存储、云硬盘
- 3) 网络服务：宽带、CDN与加速、负载均衡、网关、VPN

PaaS为云服务厂商向其客户提供的基于云的应用开发工具、开发技术、开发平台、开发环境。

具体包括——

- 1) 数据库：关系型数据库：支持/兼容MySQL、SQLServer、PostgreSQL数据库产品/数据库管理工具
非关系型数据库：支持/兼容MongoDB、Redis、Memcache的数据库产品/数据库管理工具
- 2) 大数据：支持/兼容MapReduce及其生态的大数据计算/分析产品、流数据计算/分析产品
数据查询/搜索、数据仓库/数据湖
- 3) 人工智能：器学习、语音技术（语音识别、语音合成、语音检测）、计算机视觉（人脸识别、人体识别、字符识别、图像识别/搜索、内容审核/安全、自然语言理解（机器翻译、知识图谱）
- 4) 云原生：容器服务（实例/镜像/编排/管理）、DevOps、微服务、Serverless（函数计算）
- 5) 云视频：云直播、云点播、实时音视频、视频处理
- 6) 云通信：即时通信、短信服务、语音服务
- 7) 其他开发工具：消息队列

➤ **部署模式界定**：云服务基础设施由云服务厂商所有并管控，资源向所有客户开放共享。

➤ **时间范围**：2022年自然年1月-12月

➤ **地域范围**：出海市场：前述口径下，云厂商在中国内地市场以外（含港澳台地区）的营业收入，合同签订地点为中国内地或海外，合同签署方为中国内地企业法人/政府/事业单位，交付地点位于中国内地以外区域。

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。



THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能