

電商出海已成趨勢，AI技術日新月異，如何彌補數據信息鴻溝，將兩者深度融合，對跨境電商從業者提出了新的考驗。來自香港的SOURCY公司作為全球唯一的AI與數據賦能平台，為東南亞電商和中國工廠提供了從分析市場數據、生成設計理念、精準生產產品的完整解決方案，入選福布斯二零二三年亞洲最值得關注的一百家企業名錄，成為跨境電商服務先鋒。亞洲週刊專訪了SOURCY 創始人、CEO陳嘉騏(Karl Chan)，了解跨境電商與AI深度融合的嶄新業態。

電商與AI融合化繁為簡 精準數據打通生產銷售

香港SOURCY公司利用AI準確掌握市場數據，為跨境電商挑出適合的產品，也為各國進口商降低採購門檻。

· 平浩東

集、分析生產端和銷售端數據，把數據和理念直接轉化為產品訂單，幫助印尼、菲律賓等東盟地區的電商將採購門檻降到最低，挑出合適商品，為

反饋圖譜，加之公司專有的AI配合設計師最後潤色搞出樣版產品，再與工廠匹配精選產品生產，最後協助客戶與供應商議價完成訂單。

把數據和理念轉成訂單

中國大陸工廠提供產品開發與採購解決方案，降低發現成本，打通數據前端。

我目前是世界上唯一一個使用生成式AI和數據賦能的驅動性電商服務平台，成功入選福布斯二零二三年亞洲最值得關注的一百家企業名錄，現在沒有任何一家科技公司能

對於基礎模型平台，我們使用OPENAI來細化採購流程，技術優點是數據積累深厚，像萬金油。其次是使用META的LLAMA，技術優點是處理數據生成產品描述較強。再次是ANTHROPIC的CLAUDE，它的技術優點是一次性接受指令最多，多任務處理強於OPENAI。還有谷歌的GEMINI，有優秀的交互前端聊天系統便於操作。

SOURCY如何評估大灣區、東南亞、南美、中東等地不同市場的潛力，未來有何計劃？
我目前正與深圳前海、廣州南沙、珠海香洲和東莞松山湖等地洽談，響應一帶一路倡議和大灣區戰略，計劃設立分公司。這些地區提供了資金、辦公場地和技術支持，期待借助政策紅利加速業務拓展。因為消費潛力的不同，東南亞和南美的市場需求更貼近民生，而中東市場則追求高檔乃至奢華商品，而且各地用戶口味也不同，需要因地制宜。

未來電商必須更接地氣

你認為未來跨境電商會面臨哪些挑戰？
稅務問題非常值得關注。



■ SOURCY創始人陳嘉騏：值得關注的企業家

在東南亞市場，SOURCY有哪些成功案例？
在印尼市場，我司助力當地頭部鞋品電商BRODO Store開發籃球鞋市場。經我司數據分析，在銷售端，當地市場上在一百元人民幣（約十三點七美元）到一千元人民幣之間的鞋類市場存在真空，而在生產端，籃球鞋的製鞋技術要求較高，我們迅速與中國福建的老牌優質鞋底供應商合作，把理念變為產品，聯通兩端填補市場空白。在菲律賓市場，我司助力當地最大的雲端廚房CloudEats開發運營自動化硬件及系統，妥善處理大量繁雜的平台信息，提升運營效率，使其成為當地餐飲業的佼佼者。

未來電商必須更接地氣。在美國火爆的拼多多電商平台TEMU為例，它因為沒有付關稅，所以價格競爭優勢強。貨品以大批量的小包裹為主，無法大規模繳納關稅，但美國早已察覺，最近也開始收緊相關法規。另外中國有一些頭部電商在東南亞失敗的案例，因為存在空管降高的問題，沒有在地化人才，管理核心團隊對市場掌控不夠，不接地氣。反觀TIPO不在美國及東南亞均極接地氣，提醒中國未來出海的電商要學習相關經驗，找在地人才。比如說我們與印尼化妝品公司有合作，開發面向穆斯林市場的化妝品，會確保產品不含任何清真禁忌成分，並通過中國工廠當地渠道獲得清真認證。

講，我司會在生產端的廠家網站上根據產品目錄和客服微信來採集技術規格，這是我們的強項，也不會觸及知識產權。在銷售端的電商平台和社交媒體收集用戶喜好的大數據，分析市場趨勢，精準構建受歡迎的產品特徵與消費者

做到把數據和理念直接轉化為產品訂單。即使是美國市場目前也沒有類似商業模式公司。目前中國的頭部電商在和我們談投資事項，最近也在和大灣區以至四川省的一些領導談合作，其次挖掘義烏一些出海能力有限的小工廠合作。

大量運用專業AI技術形成的商業模式目前不多，能具體講講你司如何運用AI等技術平台？

目前電商最大的問題是客商不知如何在龐大的產品市場中挑出能熱銷的產品。簡單來講，我司是運用AI技術，收

■