

AI+外贸出海2030

资本流向、产业重构与我们的机会

中国供应链 × AI经营能力 × 全球需求

研究基准：2026年10月13日

v1 · 待审阅

创意工作台

我们的判断：AI+外贸出海值得长期投入。最有价值的切口，是用AI把中国供应链组织成海外客户能够持续采购的商品与服务，并让每一笔订单留下可复用的经营数据。

研究基准：2026年10月13日。展望终点：2030年。版本：v1，待审阅。

本文以中国供应链参与全球市场为立场，面向项目发起人与合作伙伴。数据采用已发布统计，前景为我们的研判。没有为2030编造行业规模，也没有把未来事件写成既成事实。尾货属于可利用的供应链资源，报告同时覆盖常规制造、品牌商品、B2B分销与跨境服务。

01 | 为什么我们看好这个交叉点

外贸解决的是商品和需求跨越国界后如何成交。语言只是其中一个障碍，更难的是辨认真实需求、建立信任、核对规格、形成可靠报价，以及把付款、生产、交货与售后串成闭环。这些工作混合了大量文本、表格、图片和人工判断，正适合AI参与。

中国具备大规模供应链基础。2025年中国货物贸易进出口45.47万亿元，其中出口26.99万亿元；跨境电商进出口为2.75万亿元。[S07][S06] 两个口径共同提示：电商提供重要入口，但AI+外贸的空间还包括进口商、经销商、工程采购和制造业供应关系。

我们看好三项变化叠加：第一，供应端仍然存在未被有效表达和匹配的商品能力；第二，AI开始降低多语种经营与信息处理的边际成本；第三，海外交易越复杂，客户越需要规格、交付、合规和服务方面的确定性。由此形成的机会，是将碎片化供给变成可验证、可报价、可履约的服务。

最关键的经营判断：低价货源给我们试错空间，持续交付和客户复购才让这个空间形成企业价值。我们不把“便宜拿货”视为足够的商业模式，也不把AI生成内容视为完成了外贸。

02 | 行业底盘：大市场，结构在变化

证据	数据与口径	对我们的意义
全球贸易	2025年货物与服务贸易超过35万亿美元，现价美元；UNCTAD年度报告[S05]	机会跨越商品销售与服务输出，不能缩成平台卖货
中国供应能力	2025年货物出口26.99万亿元人民币，海关数据[S07]	已有庞大生产和交付基础，AI可以围绕真实业务改造
跨境电商渠道	2025年进出口2.75万亿元，2021—2025年均增长11.2%[S06]	线上交易基础在扩大，渠道运营仍需与供应和现金流贯通
AI带动实物贸易	2026上半年AI使能商品贡献全球货物贸易增长的47%，该类贸易额同比增长67%[S04]	AI投资已传导到服务器、半导体等实物采购，并非只有软件融资

这里存在两条不同的机会链。第一条是“为AI建设提供商品”，例如具备资质的电气、散热、设备配套供应；第二条是“用AI经营外贸”，例如将产品知识、客户需求和报价履约连接起来。本项目优先研究第二条。第一条需要另外核验技术门槛、客户认证、项目周期和供应资质，普通卫浴尾货不能据此直接套上AI基建需求。

跨境电商统计不能代表全部外贸，贸易额不能代表企业可服务市场，增速不能直接代表利润增长。我们将市场空间作为业务存在的底盘，把可触达客户、单位订单贡献和回款周期作为项目成立的证据。

03 | 钱流向AI：必须分清三种钱

资金层次	已核验的信号	正确解读
风险资本	OECD：2025年AI企业获2587亿美元，占全球风投约61%；其中IT基础设施与托管获1093亿美元[S01]	创业融资明显向AI集中；不是全社会投资都流入AI
企业投资交易	Stanford AI Index 2026：2025年公司AI投资5816.9亿美元，其中私人投资3446.6亿美元、并购2144.4亿美元[S02]	多种交易体现战略投入；与OECD风投分类有交叉，不能相加
大企业资本开支	IEA：五家大型科技企业2025年资本开支超过4000亿美元，2026预计再增75%[S03]	基础设施需求强，但集团开支包含非AI业务，2026为估计
客户经营预算	本项目尚无客户合同、付费访谈或预算证据	从宏观投资走向我们的收入，中间必须证明客户愿意付费

资本集中还意味着门槛上升。OECD显示，2025年超过1亿美元的大额交易占AI投资价值约73%。[S01] 对中小团队而言，与基础模型公司比融资规模没有优势。更可行的方向，是利用基础能力供给，接住具体行业中的收入、成本和周转问题。

我们预计到2030，基础能力投入与业务应用投入将并行发展。基础设施不会在某一年“建完”，应用也不必等到算力建设结束后才开始。两者通过使用收入、采购和融资相互作用；目前没有统一统计可以证明“某笔算力资金有多少流入外贸”，因此报告中的传导图只表达机制，不绘制虚构的金额流向。

对我们的含义很直接：资本给上游扩张能力，我们通过交易场景创造下游收入。应关注每单AI与人工成本、每个合格询盘成本、报价到成交转化，以及客户复购，而不是用融资热度代替项目回报。

04 | 为何未来几年的窗口值得抓住

AI正在从昂贵的通用能力走向更容易接入的经营工具。Stanford 2025版记录，在相当于GPT-3.5的特定MMLU能力门槛上，每百万token推理价格由2022年11月的20美元降至2024年10月的0.07美元。[S09] 这是历史跨模型比较，不能外推所有任务或2030价格，却说明部分信息工作已经跨过了成本门槛。

采用仍不均衡。Eurostat统计，欧盟10人及以上企业的AI使用比例从2023年的8.1%升至2024年的13.5%、2025年的20.0%。[S08] Stanford 2026版在另一组组织调查中报告88%的受访组织使用AI，而Agent在大多数业务职能中的部署仍为个位数比例。[S02] 两组数字覆盖对象不同，不能拼成同一条增长曲线；它们共同说明，使用AI与完整重构业务之间仍有距离。

我们判断，接下来3—6个月最应验证的，是AI能否在一个品类中把产品资料、询盘、报价和跟进连成闭环。到2030，竞争焦点可能进一步转向客户关系、产品数据质量、供应商履约和流程中的决策权限。仅靠翻译、图片和文案的优势容易被普及；真实交易积累的规格、交期、异常和复购数据更难复制。

WTO的2025报告给出的是2040条件情景：AI可能使全球贸易相对基准提高34%—37%。[S10] 这提供长期方向依据，但不能折算成2030增长率。本报告选择用可观察的能力演进解释2030，而不提供缺乏依据的单一市场总额。

05 | 2030：我们预计外贸经营会发生的六项变化

变化方向（本报告研判）	业务形态	成立条件与反证
产品资料成为经营底座	图片、规格、包装、证书、批次和价格进入统一产品档案	若供应数据持续错误，AI只会放大错误
获客从内容产量转向需求匹配	围绕进口商、分销商和具体用途生成差异化资料	若合格询盘与成交没有改善，内容增长不算成果
报价从单价走向可交付方案	产品、运输、税费责任、交期、MOQ和付款条件联合计算	物流与供应报价必须及时，人工审定关键承诺
Agent承担连续任务	读取询盘、补齐缺项、准备报价、提醒交期、归档回款	工具权限、审计、异常升级和人工接管必须可靠
小团队覆盖更多市场	以共享商品和订单数据支持多个语言与渠道	本地服务、认证和售后能力仍需实际建设
利润向可靠履约与关系沉淀集中	采购历史、渠道关系、质量记录形成复购基础	若平台锁住客户或供应中断，数据优势难以兑现

我们的基准判断是“人机协同的交易组织”成为常见形态。人负责重要客户、采购承诺、质量判断和资金决策，AI持续处理信息和流程。更快的情景是可靠Agent与交易接口成熟，形成更短的销售周期；更慢的情景是系统割裂、监管和数据质量问题限制自动化，AI主要停留在辅助工作。

三种情景都需要可靠商品与客户数据。因此，早期建设应优先产生可以迁移的产品档案、需求记录、报价版本和订单台账，避免将全部经营知识锁在单一工具或聊天记录里。

06 | 为什么中国供应链+AI有机会形成优势

供给数量与海外可购买性之间存在距离。工厂知道材料、工艺和生产能力，海外买家关心用途、兼容性、质量一致性、到货时间和总成本。AI可以帮助双方使用相同的数据结构沟通，把“我们有什么”变成“你能用来做什么、如何采购”。

优势首先来自产品表达。一个水龙头SKU需要材质、表面处理、阀芯、接口、尺寸、流量、冷热水适配、包装、批次、配件与检测信息。AI可以检查字段缺失、生成多语资料，并将客户问法映射回实际规格。它不能凭图片推断真实材质，也不能生成不存在的认证。

其次来自经营密度。相同的产品档案可以支持询盘答复、报价、样品、目录和订单文件。每一次确认都更新同一份数据，减少跨表格重复录入。单位订单的人工工作下降后，小批量和长尾客户才可能具备更好的服务经济性。

第三来自异常处理。错规格、延迟、破损、少件、付款差异通常决定利润能否留下。把异常与供应商、批次和买家关联，AI可以提示风险、整理证据、推动处理。真正的壁垒是可靠记录与执行反馈，而不是在页面上放一个聊天窗口。

07 | 从现有资源切入，但不被尾货限定

用户提供了水龙头案例：“几百块的货，几十块拿到”。本轮尚未确认原价是零售、批发还是历史标价，也未确认品牌授权、批次、数量、货况、采购发票和出口条件。因此，这是一条有价值的货源线索，还不能计算利润率或海外售价。

尾货的优点是可能降低采购成本，缺点是补货、规格一致性、包装和售后配件可能不稳定。它适合验证供需匹配、货盘结构化和小批量交易，也可能服务于明确接受批次货的经销商。常规供应则更适合稳定复购、系列商品和渠道经营。两者应共享一套产品与订单体系，但用不同的补货承诺与库存规则。

建议优先验证：一个细分品类、一个买家类型、一个交付区域。水龙头可作为候选样本；先比较经销商／进口商采购与消费者零售的要求，再选择交易路径。批量采购可能减少逐件履约复杂度，也可能增加账期与资质门槛，不能预设B2B必然更赚钱。

美国饮用水用途的相关产品存在无铅要求与认证要求，EPA页面明确给出适用范围及豁免。[S11] 这是提醒我们先核验用途和目标市场的实例，不能证明某款商品已合规。进入任何市场前，均需针对实际型号、材料、证书和进口主体单独确认。

08 | 把“外贸工具箱”变成经营能力

本轮已对用户历史工具箱6304个文件建立目录索引，定向读取11份PDF、XLSX及DOCX资料。采用的是流程、字段与业务问题；模板中的示例客户、邮箱、价格、旧税率与公式均不作为真实经营数据。行业报告大量来自2019—2023年，未作为当前市场规模证据。

实际读取的资料	采用内容	AI-first改造方向
75英文报价单模板（内含产品信息表）	型号、材料、尺寸、包装、件重尺、HS字段等	商品主档驱动多语言资料、报价与装箱信息；估算包装改为实测
64外贸询价询盘客户需求分析记录表	国家、平台、产品、数量、询盘内容和背景调查	提取买家需求，识别缺项，分配跟进优先级
51外贸客户跟进表	询盘、报价、寄样、成交与回款时间	形成客户事件线，提示下一步和长期复购机会
33外贸订单利润记录表、28财务收支明细	收汇、结汇、采购、杂费、赔款与订单利润	以订单为单位核算贡献和现金周转，避免只看销售额
19保本价测算	出口报价与成本口径需要区分的业务问题	重新建立可核验的现行成本模型；不沿用旧税率与历史税务结论
99个影响采购决策的职位、开发信六种内容模型	买家角色与有针对性的价值表达	依据真实公司和用途准备沟通资料，内容由人工审核
开发信到达率技术篇、外贸B2B商务词	邮件交付问题、供应商与采购者用词差异	更新域名认证与送达要求，围绕真实需求组织检索词
全英文采购合同模板	商品、金额、付款、交付与责任字段	检查订单文件一致性，合同承诺由责任人审定

邮件资料涉及的旧操作经验未直接部署。报告采用“精准买家研究—相关性表达—真实反馈”的业务思路，后续若要外联，需要另行确认客户名单来源、适用规则 and 实际发送范围。现阶段没有对任何人发信。

这些资料已经揭示了一个重要事实：外贸的工作结构并不缺，缺的是让资料、判断和执行持续连接。我们的路径是用现有业务结构组织AI，而不是重新发明整套外贸流程。

09 | 从AI能力到收入：选择能闭环的业务

方向	收入来自哪里	需要掌握什么	主要风险
AI辅助自营／联合经营	商品毛利、复购和服务溢价	货源、客户、履约与资金	库存、账期、质量和渠道费用
垂直品类运营服务	固定服务费与可核验成果费用	类目知识、客户经营流程	客户依赖、人工交付过重、归因争议
行业工作流产品	软件订阅、用量或企业服务	多客户重复需求、系统集成	长销售周期、同质化和客户迁移成本

我们的建议：先通过受控的真实经营验证，沉淀垂直品类工作流；出现多个客户重复付费的问题后，再决定是否产品化。这是一项建议，尚不是已确认的经营模式。交易资源有利于我们获取真实反馈，服务收入有助于减少库存资金占用，软件产品则需要更充分的共性需求证据。

三条路径可以形成递进关系，但不应同时全面启动。早期重点是找到谁为哪个结果付费，并证明交付成本可控。工具数量、生成文案数量、线索总量和网站访问量只能作为过程指标，不能替代订单贡献与续费。

10 | 算清钱：便宜采购之后还剩多少

单笔贡献应至少核对：不含重复税费的实际销售收入，减采购、质检与认证分摊、包装、境内外运输、保险、由本方承担的税费、渠道或获客费、支付与汇兑费、退款售后，以及本单AI和人工作业成本。不同贸易术语和业务主体对应的成本边界不同，不能将买方承担的费用再次扣入。

ICC的Incoterms 2020包含11个术语，实际交易需明确术语、指定地点和版本。[S12] 报价系统因此必须绑定条款与目的地，而不只是给一个产品单价。合同中的付款、质量、违约和争议条款仍须另外约定。

下面仅用于展示成本敏感性的假设算例，金额均为人民币每件，不是已核验的水龙头利润：销售收入200，采购40，质检包装10，物流与本方承担税费45，渠道及获客25，支付汇兑5，售后准备10，AI及人工5，则单件贡献为60，贡献率30%。若物流税费升至65、售后升至20，则贡献降至30、贡献率15%。固定经营费用尚未扣除，因此不能称为净利润。

互动报告可调整这些假设，实时复算贡献。初始值只用于解释为什么“几十元拿货”不能直接推出高净利；真正立项前必须用商品、目的地、物流和付款证据替换。退税和关税不预填固定政策数字，须在实际商品归类、主体与交易条件确定后核验。

现金流与利润分开。供应商付款在先、客户回款在后时，盈利订单也可能占用大量资金。需要逐单记录定金、采购付款、发货、尾款、退款和账期；用峰值资金占用决定可接受的订单规模。

11 | 2030路径与近期验证

阶段	我们建议完成的能力	可观察的结果
接下来30天	整理候选货盘；核实资料、供应权和交易条件；了解一个买家群体	SKU资料、真实报价与客户需求相互对应；关键缺项明确
接下来31—90天	运行一个品类的询盘—报价—样品／订单—履约闭环	记录报价工时、有效反馈、订单贡献、异常与回款；样本量另定
接下来3—6个月	用真实反馈比较AI辅助流程与原流程	同等质量下成本或周期改善，且能够重复；未改善则调整
2027—2028	扩展相邻客户或市场，完善产品、客户、供应和订单数据	复购、稳定供应、单位作业成本及现金周转得到验证
2029—2030	复制成熟的垂直运营体系，按证据选择服务化或产品化	增加客户时交付成本不同比例增加，责任与数据仍可追溯

以上为建议路线，预算、团队、市场和订单目标尚未由用户确认。先验证闭环，再承诺扩张；不以2030叙事提前合理化当前大额投入。

关键指标应围绕六个问题：客户需求是否真实；规格和价格是否可靠；报价能否更快更准；订单贡献是否为正；回款和售后是否可控；客户是否愿意再次购买。指标建立基线后再确定改进目标，不凭空承诺“效率提升十倍”。

12 | 什么会让我们的判断失效

第一，AI普及但没有降低总交付成本：生成便宜了，核验、纠错和系统维护更贵。此时应收缩任务范围，保留真正能复用的数据结构。第二，拿得到低价货却没有稳定海外需求：应重新选择买家与品类，不扩大库存来掩盖匹配失败。第三，平台吞噬效率红利：获客费上涨抵消人工节省，应以复购和自有客户关系重新计算可行性。

第四，认证、关税、物流和售后吞掉价格优势：先核实到岸成本和责任，再决定市场。第五，供应不可持续或授权不清：尾货无法支撑长期承诺，应转向可补货供应或明确批次交易。第六，客户不愿为服务或软件付费：不能把内部自用价值当成可对外规模销售的产品市场。

我们看好的是一个有明确验证条件的方向：中国供应链的经营知识，与AI的信息处理和执行能力结合，可以让更多跨境需求获得经济、可靠的服务。到2030，价值更可能积累在可持续成交、可靠履约和可复用数据中。我们应从有资源、有买家、有回款路径的细分交易开始，用证据决定下一步规模。

来源与方法

正文[S01]—[S12]对应同目录研究台账与交互版来源面板，每项列出原机构链接、年份、定位和口径限制。官方网页直读或下载受限的资料如实标记，不将搜索索引当作已下载原件。报告未转载第三方模板全文，未沿用模板中的示例个人信息，未使用历史资料的过时税率。

本报告的事实层为已发布数据；2030叙事、商业路径和阶段建议为我们的研判；单位经济算例为可修改假设；货源优势为用户陈述、待核验。三个投资统计有口径交叉，禁止合计。AI使能商品的贸易增长贡献、企业AI采用率、资金金额和项目收入是不同指标，禁止互相替代。

附录 | 权威来源索引

S01 · OECD：Venture capital investments in artificial intelligence through 2025

原机构链接 2026-02-17

首段：2025年AI风投2587亿美元／全球风投4271亿美元；第二段：IT基础设施与托管1093亿美元；美国1940、EU27 158、中国139、英国138亿美元；大额交易占73%

口径：Preqin口径的AI企业风投；不等于全部资本流动；地域值及比例经原机构舍入；不可与资本开支相加

S02 · Stanford HAI：AI Index 2026 · Economy

原机构链接 2026版

Takeaway 1：2025 corporate investment 581.69 billion USD；图：private investment 344.66、M&A 214.44 billion USD；Takeaway 5：88%受访组织使用AI，业务职能的Agent部署多为个位数比例

口径：公司投资包含多种交易；与OECD风投口径不同，不能加总；组织调查不是全体企业普查，也不是外贸企业渗透率

S03 · IEA：Key Questions on Energy and AI · Executive summary

原机构链接 2026版

Capital expenditure：五家科技企业2025年超过4000亿美元，2026预计再增75%；Electricity demand：2025年485 TWh，2030中央情景950 TWh

口径：集团资本开支并非纯AI支出；2026为估计；数据中心用电涵盖非AI负载；2030是条件预测

S04 · WTO：AI boom and trade resilience to Middle East crisis lift outlook, but gains to be uneven

原机构链接 2026-10-08

2026上半年AI使能商品占全球货物贸易增长47%，该类贸易额同比增67%；2026／2027全球货物贸易量增速预测3.9%／4.1%

口径：AI使能商品指半导体、服务器等，不等于AI赋能所有出口商品；47%为增长贡献，不是贸易总额占比；67%为价值增速；官方搜索索引与本轮下载的原机构HTML互相核验；快照与SHA256见来源下载台账

S05 · UNCTAD：Key statistics and trends in international trade 2025

原机构链接 2026版

Global trade in goods and services surpassed USD 35 trillion in 2025

口径：全球货物加服务贸易，现价美元；不能等同跨境电商市场；官方索引可读，网页直读受限；不采用2025年12月预测替代该版年度口径

S06 · 国家统计局：高水平对外开放全面推进，贸易强国建设巩固提升

原机构链接 2026-06-03

2025年中国跨境电商进出口2.75万亿元；较2020增长69.7%；2021—2025年均增长11.2%

口径：人民币、进出口合计，不是出口或平台GMV；跨境电商是外贸的一部分

S07 · 中国政府网：China's foreign trade up 3.8 pct in 2025（海关数据）

原机构链接 2026-01-14

2025年货物进出口45.47、出口26.99、进口18.48万亿元人民币

口径：货物贸易，不含服务；与全球美元统计不能直接并列计算份额

S08 · Eurostat：20% of EU enterprises use AI technologies

原机构链接 2025-12-11

2025年20.0%、2024年13.5%、2023年8.1%、2021年7.7%；2025丹麦42.0%、芬兰37.8%、瑞典35.0%、罗马尼亚5.2%

口径：10人及以上企业；行业覆盖按isoc_eb_ai原表；区域采用率不是目标客户购买意愿，更不是订单量

S09 · Stanford HAI：AI Index 2025 · State of AI in 10 Charts

原机构链接 2025-04-07

相当于GPT-3.5 MMLU表现的推理价格：2022-11每百万token 20美元，2024-10为0.07美元

口径：特定能力门槛、跨模型历史比较，不是所有AI任务成本下降280倍；2025版历史证据；2026数据另见S02，不外推2030价格

S10 · WTO：World Trade Report 2025

原机构链接 2025版

Executive summary，印刷页8：2040贸易相对基准提高34%—37%，GDP提高12%—13%

口径：2040模型情景、相对无相应AI影响基准；不是2030预测；不能线性折算为2030贸易增量或本项目收入

S11 · US EPA：Use of Lead Free Pipes, Fittings, Fixtures, Solder, and Flux for Drinking Water

原机构链接 2026-05-19更新

Overview：饮用水接触表面铅加权平均0.25%；适用产品自2023-09-01要求无铅认证

口径：美国特定饮用水用途；存在法定豁免；仅为筛查示例，不能据此判定某款水龙头合规或适用于所有市场

S12 · ICC：Incoterms 2020

原机构链接 2020规则／本轮核读

11个贸易术语，合同应明确术语、指定地点与规则版本

口径：术语分配交付责任，不代替付款、质量、争议等合同条款；只采用官方概述，不转载收费规则全文