



為 Amazon 銷售合作夥伴啟用商業報告和生成式 AI 功能

# AWS 方案指引



# AWS 方案指引: 為 Amazon 銷售合作夥伴啟用商業報告和生成式 AI 功能

Copyright © 2025 Amazon Web Services, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

Amazon 的商標和商業外觀不得用於任何非 Amazon 的產品或服務，也不能以任何可能造成客戶混淆、任何貶低或使 Amazon 名譽受損的方式使用 Amazon 的商標和商業外觀。所有其他非 Amazon 擁有的商標均為其各自擁有者的財產，這些擁有者可能附屬於 Amazon，或與 Amazon 有合作關係，亦或受到 Amazon 贊助。

# Table of Contents

簡介 .....	1
業務概觀 .....	1
解決方案概觀 .....	1
可透過 SP- 取得的資料API .....	3
報告 API .....	3
資料資訊站 API .....	6
賣方銷售和流量資料 .....	7
供應商分析資料 .....	7
賣方經濟資料 .....	8
整合 SP-API .....	9
註冊為 SP-API 開發人員 .....	9
請求 SP-API 角色 .....	9
註冊您的應用程式 .....	9
選取授權模型 .....	10
了解應用程式授權 .....	10
授權應用程式存取的供應商群組 .....	10
連線至 SP-API .....	11
建置資料擷取管道 .....	12
實作分析功能 .....	14
實作生成式 AI .....	16
使用 QuickSight Q 的範例 .....	17
改善和最佳化 .....	19
後續步驟 .....	20
資源 .....	21
Amazon Selling Partner API 資源 .....	21
資料架構資源 .....	21
AWS 服務 示範 .....	21
文件歷史紀錄 .....	22
.....	xxiii

# 為 Amazon 銷售合作夥伴啟用業務報告和生成 AI 功能

Manikanta Gona Grafsgaard ( Amazon Web Services ) 和 Hina Vinayak ( Amazon )

2024 年 8 月 ([文件歷史記錄](#))

## 業務概觀

Amazon 是資料驅動的公司。它透過各種產品為 Amazon 供應商和賣方提供豐富的資料，例如 Vendor Central、Seller Central、電子資料交換 ( EDI ) 解決方案和 APIs。

在 [Amazon Selling Partner API](#) 中，分析報告可讓賣方和廠商深入分析其銷售績效、庫存運作狀態、觀景檢視等。綜合報告涵蓋銷售、流量、淨純利潤率 ( 淨 PPM )、預測、庫存和目錄管理。此外，品牌分析報告是此資料驅動策略的重要組成部分，可為第一方和第三方賣家提供寶貴的洞見。第三方賣家也會透過客戶忠誠度分析和搜尋分析獲得強大的洞見。

透過提供這些強大的分析和報告功能，Amazon 協助其銷售合作夥伴做出明智、資料驅動的決策，進而推動其業務成長和在 Amazon 市場中取得成功。不過，對於某些廠商和賣方而言，導覽和分析這些廣泛的資料集可能具有挑戰性。

## 解決方案概觀

您可以使用生成式人工智慧 ( 生成式 AI ) 和分析服務來增強 Amazon Marketplace 的業務報告。[Amazon Q Business](#) 和 [Amazon QuickSight](#) 可協助您分析銷售合作夥伴的資料 API，並改善您的業務報告。透過實作資料分析和生成 AI 功能，您可以解鎖更深入的洞察、自動化重複性任務，並增強 Amazon 上的客戶體驗。這最終會為您的業務推動更多的銷售和成長。

以下是資料分析和生成 AI 功能的概觀 DevOps，您可以透過實作本指南中的建議來取得這些功能：

- 建立自訂報告和互動式儀表板，從銷售合作夥伴 API 資料中釋放洞察。
- 開發安全、可擴展的擷取、轉換和載入 ( ETL ) 管道，以擷取、轉換和載入資料。
- 將 Amazon Q 與其他商業智慧 ( BI ) 解決方案結合，以產生進階分析、預測和做出資料驅動的決策。
- 建置自訂機器學習 ( ML ) 模型來分析您的銷售合作夥伴 API 資料。
- 使用生成式 AI 自動為您的 Amazon 清單建立最佳化的高品質產品描述。
- 使用大型語言模型 ( LLMs ) 產生吸引人、具說服力的內容，例如行銷文案和客戶通訊。

- 使用機器學習來預測銷售、庫存和其他關鍵業務指標。

若要實作這些功能，請執行下列動作：

1. 整合銷售合作夥伴 API – 設定與銷售合作夥伴的安全連線APIs，以存取您的銷售、庫存、客戶和其他業務關鍵資料。
2. 建置資料管道 – 開發強大的ETL管道，以標準化、建構和準備 Amazon 資料以供分析和建模。
3. 使用 Amazon Q 和其他分析服務 – 結合 Amazon Q 與互補的 BI 和資料科學服務，以建立全面的分析生態系統。
4. 探索生成式 AI 服務 – 評估 AWS AI 服務並將其整合到您的工作流程中，以自動化內容產生、產品描述和預測建模。
5. 實作 AWS 最佳實務 – 使用 AWS Lake Formation 和 Amazon AWS 服務等 DataZone，根據您的合規要求和 AWS 最佳實務管理和管理資料。

# 透過 Amazon Selling Partner 提供的資料 API

[Amazon Selling Partner API](#) ( SP-API ) 是以 REST 為基礎 API，可協助 Amazon 賣家和廠商以程式設計方式存取訂單、寄件、付款等資料。這些資料 API 可以提高銷售效率、減少人力需求，並改善對客戶的回應時間。本指南著重於您可以透過 [Selling Partner API for Reports](#) ( 報告 API ) 和 [Selling Partner API for Data Kiosk](#) ( Data Kiosk ) 存取的資料 API。

## 報告 API

來自 報告的資料 API 旨在協助您在 Amazon Marketplace 上管理您的業務。[分析報告](#) 提供有關產品、客戶和整體效能的寶貴洞見，例如：

- 銷售績效 – 分析銷售資料可協助您識別趨勢和客戶購買模式。您可以使用此資訊來最佳化您的銷售策略。
- 產品效能 – 分析產品資料可協助您識別哪些產品銷售良好，哪些產品銷售不佳。您可以使用此資訊來最佳化您的產品方案。
- 客戶行為 – 分析客戶資料可協助您了解客戶的偏好和需求。您可以使用此資訊來個人化您的行銷和銷售策略。

下表說明每個 [品牌分析](#) 報告。下列報告可供具有 Brand Analytics 銷售合作夥伴 API 角色並在 Amazon Brand Registry 中註冊的 Amazon 賣家和廠商使用。

報告	描述	參數
<a href="#">市場購物籃分析報告</a>	提供結帳時最常購買的項目資料，以及客戶購物籃 ( 購物車 ) 中的項目	您可以針對不同的報告期間 ( DAY、MONTH、WEEK 或 ) 請求報告 QUARTER。資料會跨這些期間提供。
<a href="#">Amazon Search Terms 報告</a>	包含最常選取的 Amazon 標準識別號碼 ( ASINs ) 的資料，依搜尋關鍵字和市場部門排序	您可以針對不同的報告期間 ( DAY、MONTH、WEEK 或 ) 請求報告 QUARTER。請求無法跨越多個報告期間。
<a href="#">重複購買報告</a>	包含銷售合作夥伴項目重複購買數量的資料	您可以針對不同的報告期間 ( WEEK、MONTH 或 ) 請求報

報告	描述	參數
		告QUARTER。資料可以跨越多個報告期間。

下表說明每個[廠商零售分析](#)和[賣方零售分析](#)報告。

報告	描述	可用性	參數
<a href="#">快速零售分析庫存報告</a>	包含ASIN層級的庫存資料，彙總為每小時精細度	供應商	只能請求報告。資料可以跨越多個日期範圍期間，包括當天。
<a href="#">快速零售分析流量報告</a>	包含客戶流量至廠商項目詳細資訊頁面的資料，每小時精細度	供應商	只能請求報告。資料可以跨越多個日期範圍期間。
<a href="#">快速零售分析銷售報告</a>	包含ASIN層級的銷售資料，彙總為每小時的精細程度	供應商	只能請求報告。資料可以跨越多個日期範圍期間。
<a href="#">供應商銷售報告</a>	包含在目錄層級和ASIN層級報告的關鍵零售銷售指標（例如已訂購和已運送的營收和單位）	供應商	可針對不同的 請求報告： <ul style="list-style-type: none"> <li>• 報告期間 ( DAY、WEEKMONTH、QUARTER 或 YEAR )</li> <li>• 經銷商檢視 ( MANUFACTURING 或 SOURCING )</li> <li>• 銷售程式 ( RETAIL、BUSINESS或 FRESH )</li> </ul>

報告	描述	可用性	參數
<a href="#">Net Pure 產品利潤報告</a>	包含 Amazon 淨純產品利潤的資料，用於銷售供應商的項目，在目錄層級和ASIN層級報告	供應商	您可以針對不同的報告期間 ( DAY、WEEK、QUARTER、MONTH或 ) 請求報告YEAR。
<a href="#">供應商流量報告</a>	包含主要零售流量指標，例如在目錄層級和ASIN層級報告之概觀檢視	供應商	您可以針對不同的報告期間 ( DAY、WEEK、QUARTER、MONTH或 ) 請求報告YEAR。
<a href="#">供應商預測報告</a>	包含前瞻平均值、前 70 個、前 80 個和前 90 個每週客戶需求預測，在最近每週預測產生日期的ASIN層級報告	供應商	您可以為不同的銷售計劃 ( RETAIL 或 FRESH ) 請求報告。
<a href="#">供應商庫存報告</a>	包含目錄層級和ASIN層級報告的庫存和操作運作狀態指標 ( 例如可銷售的現有單位和廠商確認率 )	供應商	<p>可針對不同的 請求報告：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 報告期間 ( DAY、WEEKMONTH、QUARTER 或 YEAR )</li> <li>• 經銷商檢視 ( MANUFACTURING 或 SOURCING )</li> <li>• 銷售程式 ( RETAIL 或 FRESH )</li> </ul>

報告	描述	可用性	參數
<a href="#">銷售和流量業務報告</a>	包含賣方整個目錄的關鍵銷售績效指標（例如訂購的產品銷售、營收、訂購的單位和宣告金額）和頁面流量指標（例如頁面檢視和購買方塊百分比），並依日期和 ASIN	賣方	可以請求或排程報告。資料可以提供給不同的日期範圍彙總層級（DAY、WEEK或MONTH）ASIN 和彙總層級（PARENT、CHILD或SKU）。

## 資料資訊站 API

Data Kiosk API提供以 [GraphQL](#)為基礎的動態報告套件。它可協助您產生自訂 GraphQL 查詢，並從 Amazon 的資料集存取大量資料。您可以使用它API來存取各種資料，包括：

- [賣方銷售和流量資料](#)
- [供應商分析資料](#)
- [賣方經濟資料](#)

以下是 Data Kiosk 的主要功能API：

- GraphQL 驅動的動態報告 – API支援 GraphQL 查詢操作，協助您建立自訂查詢，以擷取所需的特定資料。
- 大量資料存取 – 您可以透過 存取大型資料集API，以促進全面的分析和報告。
- 靈活的資料探索 – GraphQL 型方法允許動態、臨時的資料探索。此彈性可協助您反覆查詢並擷取洞見。
- 全面的資料涵蓋範圍 – API提供對各種賣方和供應商資料的存取，實現全面的效能分析和商業智慧。

Data Kiosk 中的結構描述和指令API提供結構化方式，透過 GraphQL 存取您的資料API，並能夠根據您的特定需求彙總和篩選資料。透過使用 Data Kiosk API，您可以更深入、更可行地洞察銷售、流量和分析資料。這可讓您做出明智、資料驅動的決策，以最佳化您的業務策略。

**Note**

查詢的保留會根據請求的欄位而有所不同。結構描述中的每個欄位都會加上指令註釋，該@resultRetention指令會定義包含該欄位的查詢將保留多久。當查詢包含具有不同保留的多個欄位時，會套用最短（最低）保留。查詢產生的文件保留一律符合查詢的保留。

## 賣方銷售和流量資料

在 Data Kiosk 中API，Analytics\_SalesAndTraffic\_2024\_04\_24是銷售和流量查詢的根類型。此根類型有兩個可用的查詢：

- salesAndTrafficByAsin 會擷取由 ASIN ( CHILD、 PARENT或 ) 彙總的銷售和流量資料SKU。
- salesAndTrafficByDate 會擷取依日期 ( DAY、 WEEK或 ) 彙總的銷售和流量資料MONTH。

請注意下列有關這些查詢的事項：

- 列舉的類型 ( 列舉的數字 )，例如 AsinGranularity和 DateGranularity，指定彙總層級。
- 純量類型，例如日期，用於表示資料。

## 供應商分析資料

在 Data Kiosk 中API，Analytics\_vendorAnalytics\_2024\_09\_30是廠商分析查詢的根類型。此根類型有兩個可用的檢視：

- manufacturingView 會擷取您所生產產品的指標，並依指定日期彙總。
- sourcingView 會擷取您直接來源至 Amazon 之產品的指標，並依指定日期彙總。

您可以根據指派給您作為供應商的角色 ( SOURCING 或 )，存取相關檢視及其相關指標MANUFACTURING。這些查詢包括開始和結束日期、市場識別符、彙總指標和總指標。請注意下列有關這些查詢的事項：

- 指標使用 ManufacturingViewMetricsGroupedBy和 SourcingViewMetricsGroupedBy類型，依各種屬性 ( 例如 ASIN或品牌 ) 分組。
- 指標類型，例如 costs、orders、customerSatisfaction和 productAvailability，代表不同的指標群組。

- DateGranularity 列舉會指定日期彙總的層級。

## 賣方經濟資料

賣方經濟狀況報告提供 Amazon 市場中效能和財務的全面檢視。它涵蓋銷售資料、廣告支出、費用、成本和淨收益。您可以依日期和產品識別碼彙總資料。

在 Data Kiosk 中 API , Analytics\_Economics\_2024\_03\_15 是賣方經濟型查詢的根類型。特定產品的賣方經濟效益資料由 Economics 類型表示。此類型包含下列關鍵層面：

- ads – 產品在指定日期範圍內的廣告支出資料。
- cost – 賣方為此產品提供的 Amazon 折扣成本（每單位）。
- fees – 在指定日期範圍內套用至產品的費用。
- fnsku – 產品的 Fulfillment Network Stock Keeping Unit（FNSKU）。
- msku – 產品的商家庫存保存單位（MSKU）。
- netProceeds – 此產品在指定日期範圍內的淨收益。
- sales – 指定日期範圍內的產品銷售資料。

# 整合 Amazon Selling Partner API

若要透過 Amazon Selling Partner API ( SP-API ) 存取資料，您必須完成下列動作：

1. [註冊為 SP-API 開發人員](#)
2. [請求 SP-API 角色](#)
3. [註冊您的應用程式](#)
4. [為您的應用程式選取授權模型](#)
5. [連線至 SP-API](#)

## 註冊為 SP-API 開發人員

您必須先建立 Amazon 開發人員帳戶並註冊為 SP 開發人員，才能註冊 SP-API 應用程式。如需開發人員註冊程序的完整概觀，請參閱 [SP 文件API中的 SP- 註冊概觀](#)。API

## 請求 SP-API 角色

[SP-API 角色](#)會判斷開發人員或應用程式是否可以存取特定操作或資源。身為開發人員，您必須請求並符合特定角色的資格，否則您將無法存取該角色下分組的操作和資源。

角色會保護對個人身分識別資訊的存取 ( PII ) 和其他敏感資料。它們會限制資料存取，以確保開發人員只能存取其應用程式所需的資料。這有助於保護客戶資料並保持客戶信任。

存取品牌分析報告中可用的資料需要您具有[品牌分析角色](#)。如需請求存取角色的詳細資訊，請參閱 SP 文件API中的[如何請求角色並符合該角色](#)的資格。

## 註冊您的應用程式

註冊程序會因應用程式類型而略有不同。為了註冊，應用程式會分類為下列其中一種類型：

- 公有應用程式和私有賣方應用程式 – 這些是可公開取得且由賣方或廠商授權的應用程式，或者是僅供您的組織使用且自我授權的賣方應用程式。
- 私有廠商應用程式 – 這些廠商應用程式僅供您的組織使用，且僅供自行授權。

如需詳細資訊，請參閱 SP 文件API中的[註冊應用程式](#)。

## 為您的應用程式選取授權模型

銷售合作夥伴的授權模型API是以[使用 Amazon 登入 Amazon 2.0 OAuth](#) 實作為基礎。您的應用程式是透過與 Amazon 和網站顯示的頁面互動進行授權。網頁瀏覽器是在每個銷售合作夥伴動作中，在網站與 Amazon 之間傳遞參數的使用者代理程式。若要實作OAuth授權，您必須設定您的網站以接受並處理 Amazon 傳遞給它的參數。您還必須設定網站以重新導向 Web 瀏覽器，並將參數傳遞至 Amazon。如需授權的詳細資訊，請參閱 SP 文件API中的[授權銷售合作夥伴API應用程式](#)。

### 了解應用程式授權

為了授權的目的，應用程式有三種類型：

- 賣方的公有應用程式 – 這些應用程式可公開取得，並由賣方授權。您可以選擇下列其中一個授權工作流程：
  - [銷售合作夥伴 Appstore 授權工作流程](#) – 從銷售合作夥伴 Appstore 詳細資訊頁面啟動OAuth的授權工作流程。
  - [網站授權工作流程](#) – 從您自己的網站啟動OAuth的授權工作流程。
- 廠商的公有應用程式 – 這些應用程式可公開取得，並由廠商授權。您可以使用[網站授權工作流程](#)。這是從您自己的網站啟動OAuth的授權工作流程。
- 賣方或廠商的私有應用程式 – 這些應用程式僅供您的組織使用。這些可能是賣方或廠商應用程式。您可以使用[自我授權](#)方法。當您為自己的組織建立私有應用程式時，您可以自行授權該應用程式存取您的帳戶資訊。您可以自行授權處於草稿狀態的應用程式；沒有理由發佈私有應用程式。如需從賣方和供應商應用程式撤銷自我授權的資訊，請參閱 SP 文件API中的[撤銷自我授權](#)。

### 授權應用程式存取的供應商群組

當您授權銷售合作夥伴API應用程式存取您的資料時，您會授予與 Vendor Central 帳戶登入憑證相關聯的廠商群組存取權。透過延伸，您將授予對廠商群組中存在之所有廠商代碼的存取權。因此，請務必使用正確的廠商中央憑證和廠商群組進行銷售合作夥伴API整合。

供應商群組是您登入的帳戶。根據您的商業協議、操作模型和其他因素，您的廠商群組可以包含一或多個廠商代碼。每個廠商程式碼都可讓您列出特定類別的產品，或包含必要的業務協議，例如特定品牌的一個廠商程式碼。

您可以為每個廠商群組[擁有多個授權](#)，也可以建立包含所有廠商代碼的[單一廠商群組](#)。使用與您設定檔相關聯的多個廠商群組的選項可讓您在不同廠商群組中使用具有相同廠商代碼的應用程式。使用此選項，您不需要為每個廠商群組提交多個廠商開發人員應用程式。

如需詳細資訊，請參閱 SP 文件API中的[授權應用程式存取的廠商群組](#)。

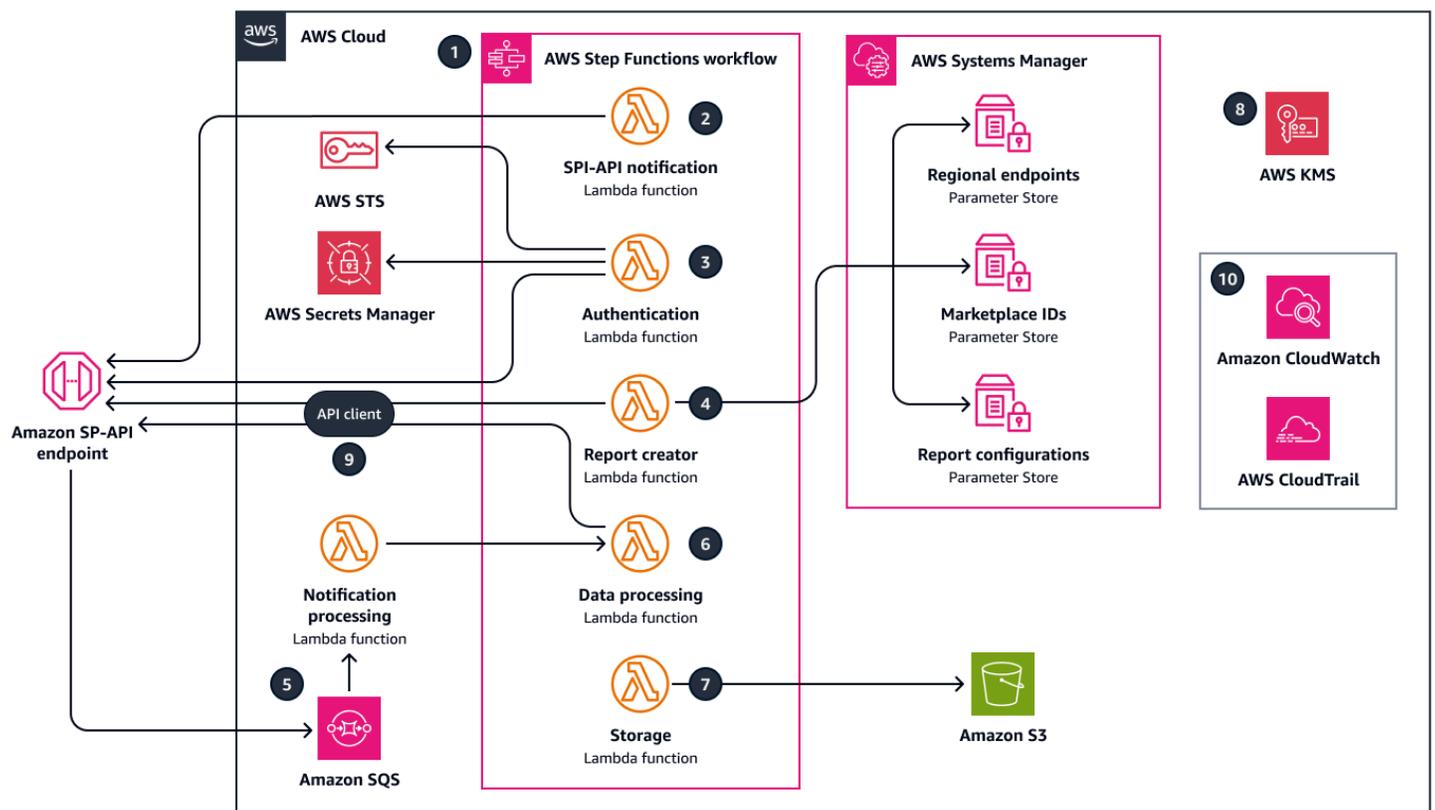
## 連線至 SP-API

註冊並授權應用程式後，您可以開始提出請求。如需詳細資訊，請參閱 SP 文件API中的[連線至銷售合作夥伴API](#)。

## 為您的 Amazon 銷售合作夥伴資料建立資料擷取管道

本節提供策略，將 Amazon 廠商和賣方資料從 Amazon Selling Partner API ( SP-API ) 擷取到 中的資料湖 AWS 帳戶。此資料管道架構專為敏捷性而設計。在帳戶中提供資料後，您可以實作分析和生成 AI 功能，從此資料中取得進階業務洞察。此資料可協助您在所有市場中大規模了解您的業務、庫存詳細資訊和分析。

下列架構圖顯示如何在 [AWS Step Functions](#) 工作流程中使用 [AWS Lambda](#) 函數，以便將 SP-API 中的資料擷取到 中的資料湖 AWS 帳戶。資料會儲存在 [Amazon Simple Storage Service \( Amazon S3 \)](#) 和 [Parameter Store](#) 中，這是 的功能 AWS Systems Manager。



架構圖包含下列元件：

1. Step Functions 用作無伺服器協調服務，以集中管理與 SP- 整合的工作流程API。
2. [Selling Partner API for Reports](#) ( Reports API ) 支援通知，以自動化報告工作流程。為此，您可以使用 SP API通知 Lambda 函數將應用程式訂閱至REPORT\_PROCESSING\_FINISHED通知類型。
3. 若要呼叫 SP-API，您可以使用 Authentication Lambda 函數來取得使用 Amazon ( LWA ) 登入存取權杖。

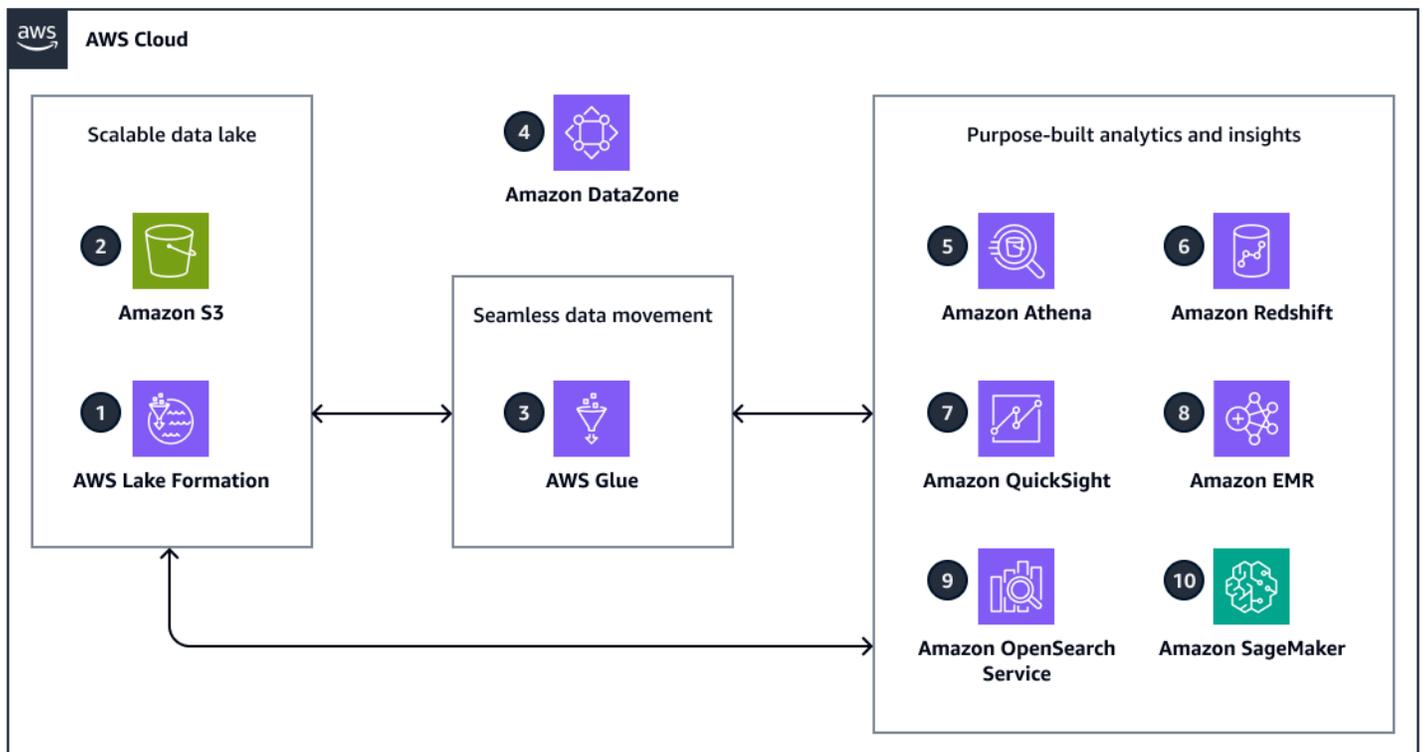
4. 來自身分驗證函數的LWA存取權杖會傳遞給 Report creator Lambda 函數。此函數會使用 LWA存取權杖和區域端點、市集 IDs和報告儲存在 參數存放區中的組態資料，對 SP-API 進行createReport呼叫。
5. SP-API 會產生報告。完成後，REPORT\_PROCESSING\_FINISHED通知事件會傳送至 [Amazon Simple Queue Service \( Amazon SQS \)](#) 佇列，該佇列會在報告處理為 CANCELLED、 DONE或時提供資訊FATAL。這會觸發通知處理 Lambda 函數來處理事件。如果通知事件的狀態為 DONE，reportDocumentId則會包含。
6. 通知事件會傳遞至 Step Functions 工作流程中的資料處理 Lambda 函數。此函數會使用 reportDocumentId 來getReportDocument呼叫 SP-API。如果已壓縮報告文件內容，SP-API 會傳回報告文件URL位置的預先簽署和使用的壓縮演算法。
7. 此回應會傳遞至 Storage Lambda 函數，該函數會下載報告文件、解壓縮報告文件（如適用），並將報告文件儲存在 Amazon S3 中。
8. [AWS Key Management Service \( AWS KMS \)](#) 用於集中管理加密金鑰，可用於加密 中的秘密[AWS Secrets Manager](#)。資料儲存在 Amazon S3 和 參數存放區中。
9. SP-API 請求受到使用權杖儲存貯體演算法的限制。因此，建議API用戶端進行速率限制。
- 10[AWS CloudTrail](#) 和 [Amazon CloudWatch](#) 用於跨 監控和記錄 AWS 服務。這些日誌提供可追蹤性。

## 為您的 Amazon 銷售合作夥伴資料實作分析策略

本節提供詳細策略，說明 Amazon 廠商和賣方如何對從 Amazon Selling Partner API (SP-API) 擷取的資料執行進階分析。這些分析功能可提供：

- 對銷售績效、庫存管理、品牌分析和其他關鍵指標的洞察。
- 能夠建立自訂計算、篩選條件和視覺化，以滿足您的特定需求。

下列架構圖顯示如何使用 AWS Glue 來探索、準備、移動和整合資料湖中的資料，以便將其用於分析和洞見。



架構圖包含下列元件：

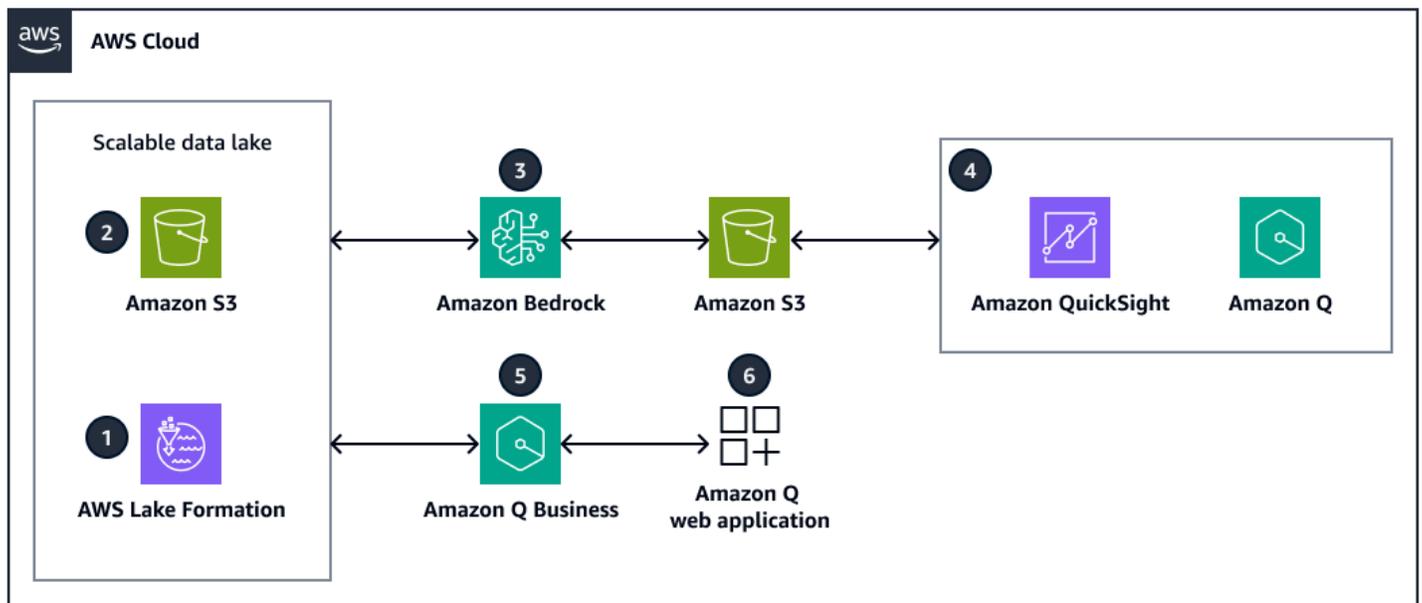
1. [AWS Lake Formation](#) 用來建置可擴展的資料湖，並集中管理安全性、存取控制和稽核線索。
2. [Amazon Simple Storage Service \(Amazon S3\)](#) 用作資料湖儲存。
3. [AWS Glue](#) 用於編目、轉換、擴充、移動和複寫跨多個資料存放區和資料湖的資料。AWS Glue 簡化了複雜、手動和昂貴的傳統資料整合程序，並支援增加的資料磁碟區和資料多樣性。
4. [Amazon DataZone](#) 可協助您編目、探索、共用和管理整個組織的資料。

5. [Amazon Athena](#) 提供互動式查詢、分析和處理功能。
6. [Amazon Redshift](#) 用作雲端資料倉儲。透過 [零 ETL 整合](#)，您可以對 PB 的交易資料執行近乎即時的分析，也可以使用 Amazon Redshift ML 功能衍生即時洞見。
7. [Amazon QuickSight](#) 提供採用 ML 技術的商業智慧。[QuickSight Q](#) 採用機器學習技術，使用自然語言處理來快速回答業務問題。
8. [Amazon EMR](#) 是受管叢集平台，可簡化執行大數據架構，以處理和分析其上的大量資料 AWS。使用這些架構和相關的開放原始碼專案，可以處理用於分析用途和商業智慧工作負載的資料。
9. [Amazon OpenSearch Service](#) 可用於操作分析。它還提供向量資料庫搜尋功能。
10. [Amazon SageMaker AI](#) 可用於建置、訓練和部署 ML 模型，以及將人工智慧新增至您的應用程式。

## 為您的 Amazon 銷售合作夥伴資料實作生成式 AI 策略

Amazon 廠商和賣方可以使用上的生成式人工智慧 (生成式 AI) 服務和功能 AWS，以獲得更深入的洞見、自動化重複性任務，並增強您在 Amazon 上的客戶體驗。例如，您可以使用生成式 AI 自動為 Amazon 清單建立最佳化、高品質的產品描述、產生行銷複本或客戶通訊，或預測銷售、庫存和其他關鍵業務指標。生成式 AI 可以讓您深入了解從 Amazon Selling Partner API 擷取的資料。

下列架構圖顯示如何使用 AWS 服務 [Amazon Bedrock](#) 或 [Amazon Q Business](#) 等來開始生成式 AI 旅程 AWS。使用此架構，您可以建置生成式 AI 管道，使用現代資料分析方法從資料中衍生洞見。



架構圖包含下列元件：

1. [AWS Lake Formation](#) 用來建置可擴展的資料湖，並集中管理安全性、存取控制和稽核線索。
2. [Amazon Simple Storage Service \(Amazon S3\)](#) 用作資料湖儲存。
3. [Amazon Bedrock](#) 是一項全受管服務，提供業界領先的基礎模型 (FMs)。它也提供建置生成式 AI 應用程式所需的廣泛功能，透過安全性、隱私權和負責任的 AI 簡化開發。您可以將模型輸出資料存放在 Amazon S3 儲存貯體中，並將其整合到 Amazon QuickSight。
4. [Amazon QuickSight](#) 提供採用 ML 技術的商業智慧。[QuickSight Q](#) 透過生成式 BI 功能增強業務生產力，以加速決策。透過新的儀表板撰寫功能，您可以使用自然語言提示來快速建置、探索和分享有意義的洞見。

5. [Amazon Q Business](#) 是採用 AI 技術的生成式助理，可根據企業系統中的資料和資訊回答問題、提供摘要、產生內容並安全地完成任務。它可協助您提高創造性、資料驅動、效率、準備能力和生產力。
6. 您可以建立使用 Amazon Q Business 資料的自訂 Web 應用程式。

## 使用 QuickSight Q 的範例

下列範例顯示 QuickSight Q 如何透過執行摘要、內容感知資料問答體驗以及自訂的互動式資料案例來協助您了解資料，進而從洞見中推動決策。

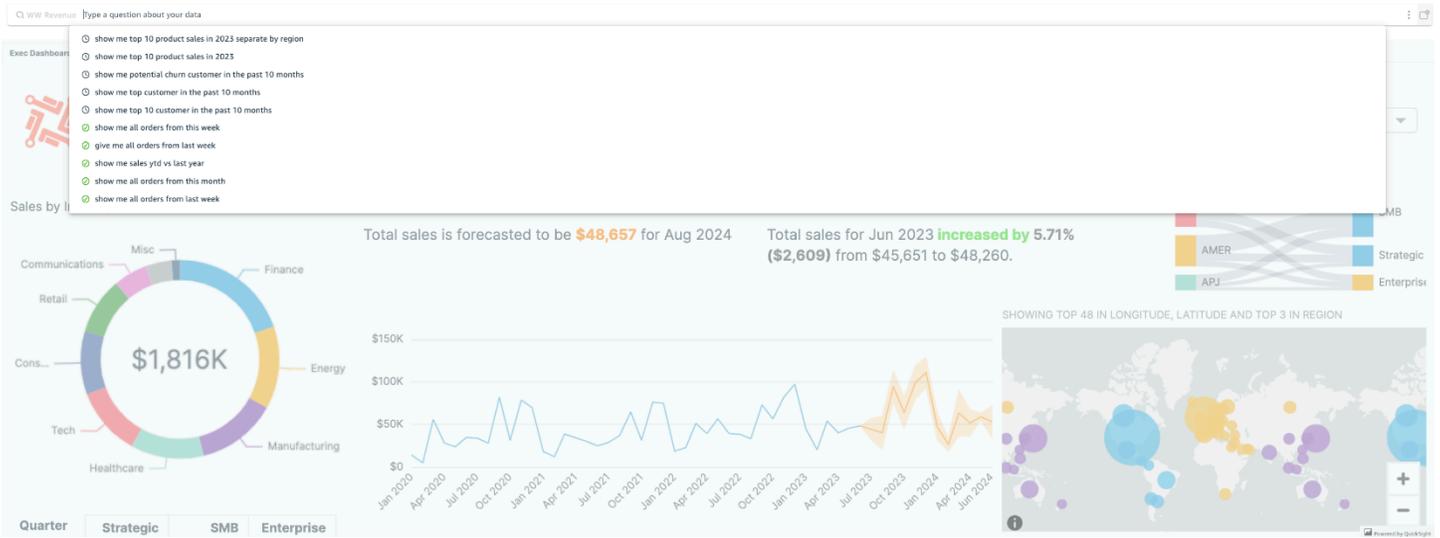
### 範例 1

您可以詢問 QuickSight Q "什麼是 2023 年最暢銷的項目？" QuickSight Q 會收集和分析資料，以提供執行摘要。



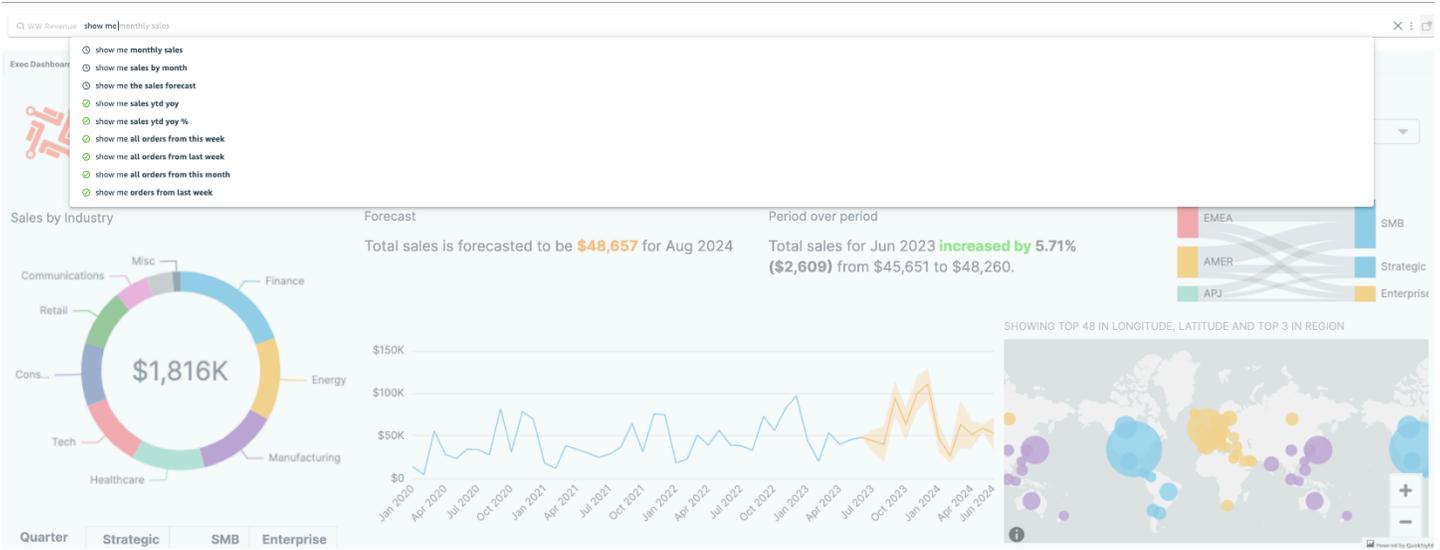
### 範例 2

您可以詢問 QuickSight Q 企業在 Amazon 上銷售的熱門產品有哪些。



### 範例 3

您可以要求 QuickSight Q 根據月份或 year-to-date 提供產品的銷售指標。



## 持續改善和最佳化分析和生成 AI 策略

若要持續改善和最佳化 Amazon 賣家和廠商資料的分析和生成 AI 策略，建議您執行下列動作：

- 持續監控效能 – 定期檢閱分析和生成 AI 解決方案的使用量和效能指標，以識別需要改進的領域。監控關鍵指標，例如使用者參與、資料處理輸送量、API 回應時間和錯誤率。使用此資料來最佳化系統組態、識別瓶頸，並針對增強功能做出明智的決策。
- 使用進階 ML 技術 – 探索更複雜的 ML 模型和技術的應用，以進一步增強應用程式的預測和分析功能。這可能包括實驗神經網路、時間序列預測、異常偵測和其他進階演算法。
- 優先考慮使用者意見回饋：主動收集來自 Amazon 賣家、廠商和品牌社群的意見回饋，以了解不斷變化的需求和痛點。將此使用者輸入納入應用程式的開發藍圖，以確保解決方案保持相關，並繼續提供最大值。

透過持續監控效能、使用進階分析和 ML 技術，以及排定使用者意見回饋的優先順序，您可以確保應用程式仍是強大、適應性強且不可或缺的工具。這種對持續最佳化和進化的承諾，可協助您做出日益增加的資料驅動決策、推動可衡量的業務影響，並保持領先競爭。

## 後續步驟

本指南適用於想要使用分析和生成 AI 功能來推動業務成長的 Amazon 賣家和廠商。使用本指南中的建議和策略，您可以：

- 在內部建置雲端應用程式
- 與 [AWS 專業服務](#) 互動
- AWS Partner 從中選取 [AWS Partner Network](#)
- 聯絡 AWS 您的帳戶團隊

如需詳細資訊和其他可協助您進一步了解 AWS 分析和生成 AI 功能的資源，請參閱本指南的 [資源](#) 章節。

# 資源

## Amazon Selling Partner API 資源

- [銷售合作夥伴API文件](#)
- [銷售合作夥伴API資料模型](#)
- [Data Kiosk 結構描述瀏覽器](#)

## 資料架構資源

- [將 Amazon Retail Data 擷取至 Serverless Modern Data Architecture](#) ( AWS 部落格文章 )
- [Amazon Seller 和 Vendor Central Data Producer](#) ( AWS 解決方案程式庫 )

## AWS 服務 示範

- [Amazon QuickSight Q 示範](#) ( 展示中心 )

## 文件歷史記錄

下表描述了本指南的重大變更。如果您想要收到未來更新的通知，您可以訂閱[RSS摘要](#)。

變更	描述	日期
<a href="#">初次出版</a>	—	2024 年 8 月 9 日

本文為英文版的機器翻譯版本，如內容有任何歧義或不一致之處，概以英文版為準。