

千问与淘宝全面打通,豆包已接入抖音商城……

“AI+电商”开启“618”新模式

今年“618”购物节,AI嵌入多家电商平台,出现了不少新玩法、新模式,为消费注入全新活力。

在“AI+电商”深度融合的趋势下,如何推动AI技术从“用上”迈向“用好”,还有哪些短板亟待完善?



AI正深度融入电商消费的各个场景和环节

“帮我挑选一款黄色马克杯,有小猫图案,容量约300毫升。”输入指令后,千问推荐了电商平台上3款各具特色的产品,仅用时几秒。

今年“618”,一个新趋势正在浮现:AI工具正将消费者的决策起点从“搜索框”移至“对话框”,搭建起全新的购物入口。

“618”前夕,千问与淘宝全面打通,用户既可在千问App上完成淘宝商品的挑选、对比及下单购买,也可在淘宝App中使用千问AI功能进行优惠计算等;豆包已接入抖音商城,用户可寻求购物建议并直接下单。

商务部研究院副研究员洪勇认为,长期来看,AI可能使电商竞争的底层逻辑从“流量竞争”转向“决策权竞争”。谁能成为消费者购买前的第一入口,谁就可能掌握更强的分发能力。

另一个重要趋势是,AI正深度融入电商消费的各个场景和环节。

淘天集团等发布的《AI重塑经营:2026中国电商AI应用白皮书》显示,AI技术正在以前所未有的速度渗透至各行各业,而电商作为AI落地最为成熟的商业场景之一,正成为这一增长浪潮中的受

益领域。当前已在使用AI工具辅助经营的“淘系”商家占比约70%。

华泰证券研究报告提出,AI工具在今年“618”中加速普惠化,从营销、客服到直播、投放全面渗透,逐步从辅助工具升级为商家的经营基础设施。

京东免费开放十余款AI工具,覆盖选品、客服、直播、运营等环节,京东数字人“JoyStreamer”累计服务超7万商家;阿里妈妈“AI万相”超级经营智能体引擎首次全面落地“618”大促,帮助商家在内容生产、精准触达上实现提效……

选购衣服可使用电商平台的AI试穿功能

“当我想买一件平时很少穿的颜色和款式的衣服时,我会使用电商平台的AI试穿功能,参考一下效果。”北京消费者马女士说,这类技术能有效帮助自己“避雷”,提高购物“成功率”。

如今,除了简单的价格比较,消费者更加注重消费体验。AI正为消费者带来更高效、更省心的决策方式。

面向商家,AI能带来效率提升与更多获客可能。

《AI重塑经营:2026中国电商AI应用白皮书》显示,分别有64.78%、48.94%、43.38%的受访商

家面临“营销内容生成效率低”“竞争激烈,差异化不足”“数据分析工作繁琐”的痛点。而AI能够帮助商家以更低成本进行新品创意生成、快速市场验证与数据驱动的选品决策,从“赌爆款”走向“测爆款”。

AI还能帮助商家更精确地锁定增量消费者。过去,卖电子锁的商家往往只盯着装修人群投放广告,但AI却发现,做美甲的女生因为指甲长、拿钥匙不便,也需要电子锁;在AI的建议下,成人纸尿裤的推广对象从老年人、患病群体延伸至户外运动爱好者、音乐节观众等……

从“用上”到“用好”仍待深耕

展望未来,业内人士分析,在电商消费中,AI的作用将逐渐从当前的“副驾驶”升级为“主驾驶”,彻底改变消费者与商家的使用逻辑与习惯。

AI技术加速融入电商消费,但如何从“用上”迈向“用好”,仍待破题。

“AI生成的数据和报告可信度不足,目前还做不到‘拿来就用’。”某日化企业电商运营负责人表示,一些预测模型的数据精度不高,AI提供的很多结论必须经过人工复核才能使用。

“消费者的问询千人千面,AI客服还无法完全取代人力。”一家口腔护理品牌的电商负责人告诉记者,AI客服在售后端只能完成人工客服10%左右的工作,在售前端只能解决20%到30%左右的问题。

专家建议,下一步,应持续提高AI在语义理解、数据处理等方面的能力,助力电商行业优化消费体验、降低运营成本、提升流通效能。同时,强化用户隐私数据保护,营造更加公平、透明、可信赖的AI购物环境,推动“AI+电商”健康有序发展。

据新华社

让墨香成为陪伴 让阅读滋养成长

2027年订阅开启

《烟台日报》540元/年

《烟台晚报》252元/年

6月30日前订阅全年《烟台日报》

《烟台晚报》的私人订户赠价值30元礼品



小报童商城放心购
读者专享好物云集



扫码订报,鲜果日用一站式采购,满20元六区免费配送。

订阅热线
6231640

中心站: 6224684
幸福站: 6220627
开发站: 6388865

环山站: 6606290
世回尧站: 6017943
福山站: 6363640

新桥站: 6512137
莱山站: 6722127
牟平站: 4218347



欢迎关注