

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+电商”如何点亮“618”

AI开启“618”新模式

“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。

今年4月，商务部等六部门发布的《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》提出，发展“人工智能+电商”，引导电商企业加强人工智能大模型等技术研发应用。

“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……

“今年的京东‘618’将是首次全场景、全产业链融入AI的一届‘618’。”京东集团技术委员会主席曹鹏此前在发布会上表示，在产业端，AI技术将推动产业成本与效率的重大革新；在用户端，消费者将感受到AI技术在购物体验上的全面进化。

赋能买卖双方

“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。”北京消费者王女士说，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。

今年“618”，借助AI商品运营功能，天猫店铺“图拉斯生活电器旗舰店”的商品运营效率提升了5倍，商品诊断优化时长从每周20小时缩短至4小时，

竞品分析也从每周耗时16小时调整为AI定时生成报告。

“AI帮助我们店铺从繁琐的运营中释放人力，提高数据响应和经营决策效率，从而支撑店铺实现持续增长。”该店长说。

《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……

“AI能把传统营销中‘理解关键词’的逻辑升级为‘理解意图’，深度拆解消费者问题背后的真实、潜在需求，帮助商家突破过往经验的限制，在复杂的消费环境中发现新的细分赛道与人群，从而将消费者的‘未言之需’转化为确定性的生意增量。”阿里妈妈市场部及商业化运营中心品牌业务总经理刘邦政表示。

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。

“我让AI助手结合购买记录和退货情况为我推荐几款鞋，AI助手却找出了我之前购买土豆的订单。”一名广东消费者说，后续AI助手推荐的鞋不仅不符合自己的审美，甚至自己所在的区域都无法购买。

“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。

洪勇认为，未来AI能否持续创造增量价值，关键看三点：AI服务是否真正依照用户需求推荐，而不是变成新的竞价广告入口；AI工具能否让中小商家用得起、用得好，而不是只服务头部品牌；AI购物能否解决信任问题，包括比价真实性、售后责任、隐私保护和算法透明等。

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。据新华视点

夏日，从越南红河之滨到泰国椰林深处，从马来西亚赤道附近果园到缅甸伊洛瓦底江畔，一批批东盟鲜果跨越山海，经广西、云南等口岸通关集散，再分拨至全国各地，端上越来越多的中国家庭餐桌。

从果园到餐桌，东盟水果何以加速进入中国市场？记者近日走访云南、广西、重庆等地水果批发市场、港口和口岸，探寻东盟水果品类越来越丰富、价格越来越“亲民”背后的答案。

在云南昆明金马正昌水果批发市场，泰国金枕榴莲占据着水果摊最醒目的位置。一名姓刘的摊主说，几年前榴莲一公斤卖到上百元，如今促销时降至每公斤40元以下。市场内，山竹、红毛丹等来自东南亚的水果随处可见。

类似的变化正在全国多地发生。“一百八的榴莲，一百七的情绪价值！”在广西南宁海吉星水果批发市场，一颗榴莲在摊主与消费者的欢呼声中打开。近日在网络上走红的“榴莲小哥”吸引了众多消费者前来打卡购买。“之前同样大小的榴莲买过300元的，现在品种多了，不同价位的选择也更多了。”买家钟怡倩说。

在重庆市渝中区一家超市的山竹销售区，饱满的鲜果堆成小山，不少市民游客正俯身挑选。

超市相关负责人胡佐琴介绍，近两年，多数热带水果零售价持续走低，其中榴莲、山竹等高端进口水果降幅最为明显。两年前3A级山竹零售价多在每斤20元至30元之间，如今日常售价已降至16元至20元，促销时甚至低至9.9元一斤。芒果、龙眼、菠萝蜜等水果价格也呈现稳步下行趋势。

东盟水果品类越来越丰富、价格越来越“亲民”，原因主要在于制度红利持续释放。

中国和东盟已连续多年互为最大贸易伙伴。随着《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)深入实施以及中国—东盟自贸区持续升级，越来越多东盟水果得以更加便利地进入中国市场。

政策带来的红利，对于水果贸易企业而言，直观的变化是成本下降。

近年来，云南持续推广RCEP原产地证书应用，企业凭借原产地证书享受关税优惠，有效降低进口成本。昆明海关统计，今年前5个月，云南进口水果企业运用东盟原产地证书享受税款减让28.82亿元。

制度红利打开了东盟水果进入中国市场的大门，不断提升的通关效率则让水果能够更快送达消费者手中。各地海关持续推进智慧监管和通关便利化改革，为东盟水果抢出了“黄金时间”。

云南“单一窗口”公共服务平台推出“3×24小时”通关服务，企业报关数据填报项由100余项压缩至20项，一般贸易申报步骤由6步减少至2步。在磨憨铁路口岸，集装箱检查系统、智能查验设备等投入使用，进一步提升了通关效率。

西双版纳泰和坤国际货运代理有限公司总经理李晶说，在大湄公河次区域跨境运输企业合作促进机制推动下，通关与抽检流程高效便捷，显著提升了榴莲运输效率。水果能够以更加自然的成熟状态进入市场，更好保障品质与新鲜度。

数据显示，今年前5个月，云南省进口水果货值达90.2亿元，同比增长46.9%，其中榴莲、山竹、鲜龙眼位居前三。

物流体系升级提升了运输效率，进一步降低了热带水果进入中国市场的成本。

在重庆果园港，一批来自东盟国家的水果经过冷链仓储后发往全国市场。新西部(重庆)农产品有限公司负责人杨柳介绍，过去东南亚水果进入中国主要依赖海运，运输周期长、损耗率较高。如今，中老铁路冷链班列、西部陆海新通道等物流网络不断完善，运输效率显著提升。

杨柳说，近年来物流综合成本下降10%至15%，货损率同步降低，企业能够让更多让利传导给消费者。

“以榴莲为例，过去通过海运进入中国需要十多天时间，如今通过中老铁路‘澜湄快线’，最快26小时即可抵达昆明。”云南省商务厅厅长李朝伟介绍，今年1月至5月，经中老铁路运输的跨境进口水果达10.79万吨，同比增长超过30%。

随着物流网络不断完善，重庆、云南、广西等地正加快建设水果集散中心，多个重点口岸昼夜运转，成为东盟水果进入中国市场的重要通道。

重庆美联国际仓储运输(集团)有限公司总裁何道国告诉记者，东盟水果在重庆实现集散分拨后，可覆盖四川、贵州、湖南、湖北等方圆1000公里的区域，基本上实现24小时送达。

李朝伟认为，随着中国—东盟自贸区3.0版持续推进，供应渠道将更加多元，产业链协同水平进一步提升，有望推动更多东盟水果品类进入中国大市场。

从果园到餐桌，东盟水果加速进入中国市场



据新华社