



智能客服、AI数字人直播、智能选品、营销文案设计…… AI作桨 电商“划”出新赛道

AI电商风潮渐起

“目前业界对于AI电商并无一致认可的概念定义,现阶段更多的是将AI技术尤其是基于大模型的生成式人工智能技术应用于电商的各个场景,可以说AI电商是电商未来重要的创新发展和模式迭代方向。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛表示,未来随着AI技术的发展,不排除电商入口从目前的APP、网站迁移到各种AI助理,实现更加专属化、便利化的电商服务,进而带动电商底层基础设施的AI化转型。

电商是互联网技术革命的敏锐终端。曾经,互联网的浪潮助推电商迅速崛起,颠覆了零售业的格局;如今,技术的迭代正在不断重塑电商场景,大模型的涌现也似乎正预示着新一轮零售业态的革命已经到来。

在消费者方面,阿里推出了AI助手“淘宝问问”,以优化消费者的购物体验;在商家方面,阿里推出了一系列AI工具,以帮助商家更好地经营,实现提质增效。

不只是阿里,各大电商巨头也纷纷运用AI技术。京东在AI电商领域

已经进行了AI文案、AI做图、AI客服、AI导购、AI直播的实际落地应用。科技巨头百度也借由AI开路,再度入局电商领域,百度电商于2023年5月上线百度优选后,于当年“双11”推出了百度优选智能导购,希望为用户解决在商品选购过程、商品决策过程中的体验和效率问题。数据显示,2023年百度优选GMV(商品交易总额)同比增长594%,交易用户数和动销商家数分别增长4倍和3倍,AI大模型参与促成的交易占总交易的20%。

除了国内电商平台,海外科技巨头也在布局电商领域。谷歌此前宣布将生成式AI技术引入在线购物工具,其中包括让消费者在虚拟环境下试穿衣服,并根据消费者偏好推荐特定产品;微软也宣布了整合Microsoft Shopping功能,在其必应浏览器和Edge浏览器中推出全新网购工具,利用AI改善用户的网购体验。

“长裙适合搭配什么鞋子”“介绍新中式风的特色”“拖地神器怎么挑”……打开淘宝APP搜索“淘宝问问”,便可体验生成式人工智能带来的全新购物方式。这只是电商平台“牵手”AI的一个缩影。如今,京东、阿里、拼多多等电商巨头都在积极拥抱AI技术,郑州第51期电子商务大讲堂也将“数智”作为主题,电商行业更深层次的数字化转型正在不断推进,为郑州都市圈“网上丝路”进一步实现“买全球卖全球”目标,提供更新的应用场景和用户体验。



数智化赋能商家降本增效

AI技术对电商行业降本增效,首先就体现在智能营销上。《2023中国广告主营销趋势调查》报告显示,36%的广告主已开始在营销活动中使用AIGC技术,广告主认为AIGC技术是营销生产力的革新力量,将在提高创意设计和内容生产效率、辅助数据分析等诸多方面成为有力辅助。

今年京东“6·18”,京东云推进数字基础设施持续降本,实现综合成本降低28%;京东云统一存储平台“云海”,通过存算分离技术架构,节省成本超30%;京东云

JoyCoder辅助京东超万名研发人员进行智能编程,帮助研发人员提效20%。京东智能客服在平台和商家的服务全环节中,提供智能接待、智能权益护航等服务,累计服务客户16.4亿次。

“AI在电商链条的应用大大提升了电商企业的运营效率,降低了运营成本和运营风险。平台企业纷纷加大对AI的研发投入,全方位赋能电商的全业务链条,从需求分析、产品设计、选品运营、营销客服及供应链等各个环节为电商企业提供基于AI的智能化的解决方案。”李鸣涛说。

创造购物体验新模式

在李鸣涛看来,AI技术的引入可以更加精准地识别消费者需求,让电商能够基于“AI+大数据”实现对日益个性化需求的洞察能力提升。比如,通过数字人主播可以在与粉丝群互动中实时累积大量的数据,将数据再“投喂”给AI持续迭代后,数字人主播就会越来越精准地感知到粉丝群的需求特点,能够为供应链选品及产品研发生产提供越来越精准的信息,降低需求的不确定性,进而可以减少库存,实现定制化生产

的全产全销。

电商为AI提供了广阔的应用场景需求,同时电商具有的大数据优势又可以为AI的发展迭代提供强大的数据支撑,让电商AI变得更加聪明、更加贴心和更加强大。在此基础上,伴随AI实时交互能力的快速提升,未来的AI电商会极大提升消费端的购物体验,基于AI智能体的购物场景会越来越普遍,除手势外,基于语音、眼球甚至脑机接口的交互也会加速实现。

记者 安欣欣

AI“维新”重塑电商产业链

AI为电商链路创造的价值,在运营端、供应端、消费端都有不同程度的体现。

李鸣涛表示,伴随大模型生成式人工智能技术的快速发展,AI在电商领域已有很多应用场景,如AI导购助手、智能客服、AI数字人直播、智能选品、营销文案图片视频设计制作等应用。

对应之下,在商家端,阿里妈妈打造了淘宝站内效果营销投放系统,推出“万相台无界版”。淘宝天猫商家不再需要多产品操作、多账户及投放预算分配管理,通过该系统就可以实现“一站式”智能投放。

主流电商平台均拥有大体量的用户规模,智能客服成为“刚需”。以京东为例,数据显示,去年“双11”期间,京东云言犀智能服务累计处理咨询超14亿次,智能客服京小智使用商家数量超36万。

AI数字人直播,一定

程度上拥有成本低、可超长待机、秒开播等功能,在大促期繁忙时段或假期等空当期进行补位。AI数字人在京东、淘宝、抖音电商等头部平台应用已相对成熟,一方面是技术层面的提升,形象及表现无限接近于真人的状态;另一方面,形成长期市场教育后,用户对数字人主播的接受度较此前升高。

