企業家日報 ENTREPRENEURS' DAILY
2026年6月18日 星期四 责编:王萍 美编:梅文刚

从“比价格”到“看兴趣”
消费者的购物车里发生了哪些变化?

■ 焦浩

央广网报道,今年“618”电商大促期间,不少年轻消费者的购物车里发生了一些新的变化。除了日常刚需的服饰美妆等产品之外,围绕“兴趣”“情绪”开展的消费行为正在增多。

在兴趣驱动的消费热潮中,宠物用品、治愈系零食、潮玩手办、户外露营等赛道热度持续攀升。电商平台发布的销售榜单也在印证这一趋势,以天猫数据为例,今年“618”第一阶段结束时,食品行业出现两条看似反差鲜明、却同步爆发的热门赛道——主打自律的“低GI健康”和提供即时快乐的“内啡肽食疗”成交额同时突破1亿元,果蔬粉、果仁巧克力等细分产品销量同比大幅增长。

淘宝天猫食品行业趋势营销负责人高思雨说:“这两条赛道的同时走红,体现了年轻消费者对情绪健康和身心健康的双重需求。我们发现,一些在社交媒体的‘小趋势’,例如‘迪拜软曲奇’‘巨好吃的小零食’等正在迅速长成‘大生意’,平台上情绪型零食相关商家数量在快速增长。我们也在快速感知在社交平台上冒头的消费风向,通过精细化运营,让新品牌、新品类,有机会被真正有需求的人看见。”

层出不穷的新品牌、新品类也清晰说明,消费市场的增量正转向更精细的产品供给与细分人群运营。消费者挑选商品时,除了考虑基础功能与价格,情绪满足、身份认同等附加价值同样成为关键决策依据。

国家电子商务示范城市专家委员会专家李鸣涛表示:“现在消费者的选择极大丰富,尤其是在电商的加持下,产品的可替代性极大增强。在这样的情况下,一件商品要引发消费者的兴趣,就需要在产品附加值上多做文章,通过创意创新,让产品能够在功能需求的基础上,满足越来越多元化的情感价值需求。比如说美食、文创、潮玩等,不仅是一个食品或者用品,也成了社交、解压、治愈、取悦自我的载体。”

与此同时,今年的“618”遇上了“世界杯”,火热的赛事也在激发消费热情,体育消费和清凉消费热度走高。

美团研究院即时零售研究员王凯介绍:“消费者购买‘看球周边’追求即时送达,即时零售成为增进本地消费活力的新动能。世界杯开幕以来,消费者看球畅饮和运动健身的需求快速增长,精酿啤酒、冷饮冰杯、足球鞋、球衣等商品销量快速上升,平台上售卖相关商品的本地实体商家订单同比快速增长。”

国家统计局数据显示,今年前五个月,全国网上商品零售额同比增长5.0%,持续快于整体商品零售额增速,其中,吃类、穿类、用类商品分别增长15.5%、7.2%、1.6%。专家认为,一年一度的“618”依旧是消费注意力最集中的节点之一,在电商促销活动等带动下,我国网上消费将保持活跃态势。

北京师范大学教授、经济学家万喆说:“线上渠道对消费整体拉动的作用持续强化,从品类结构来看,刚需和升级是双轨并行的,下沉市场和细分市场也在同步激活。整体看,电商业态迭代还在加速,线上下单小时达的履约模式持续拓展消费场景,AI技术全面渗透选品、营销、供应链等,电商运营已经从流量竞争,转向了精细化的效率竞争。”

“AI+电商”如何点亮“618”

■ 张千千 王雨萧

> 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。

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……

“今年的京东‘618’将是首次全场景、全产业融入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。

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、拿钥匙不方便,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。

(转自新华网)

2026中国(广州)跨境电商交易会举行
参展平台首破50家 展会规模刷新历届纪录

本报讯(记者 陈琼泉) 6月16日至6月18日,为期三天的2026中国(广州)跨境电商交易会在广州广交会展馆举行。本届跨交会亮点突出、成效升级,参展跨境电商平台数量首次突破50家,展会整体规模与产业链集聚度双双创历届新高。展会以“外贸新动能·数字新未来”为主题,全力打造全产业链、全生态化的外贸选品、产业对接与企业转型升级核心平台。

据了解,本届展会展览面积超5万平方米,较上一届有大幅提升。展会设置跨境电商综试区、跨境电商平台及服务商、跨境电商供应链三大核心展区,汇聚全国近40个特色产业带、200余家覆盖支付、物流、海外仓、数字营销、跨境金融领域的优质服务商,以及1000多家供应链企业同台参展。展品涵盖家居日用、3C数码、服饰箱包、母婴玩具、建材五金等多个热门外贸品类,有效搭建起制造企业与跨境卖家之间高效畅通的产销对接桥梁。

平台集聚是本届跨交会最大亮点。本届展会上,亚马逊全球开店、Temu、希音、TikTok Shop、阿里巴巴国际站等海内外头部主流平台集中亮相。同时,海纳购、Wayfair、Trendyol等十余个新兴市场平台首次组团参展,全面覆盖欧美、东南亚、拉美等全球核心消费市场,构建起“成熟市场固本、新兴市场拓源”的多元化出海生态。其中,亚马逊SPN服务提供商网络专区展出面积首次突破600平方米,头部平台参展力度持续加大,充分释放出跨境电商行业深耕国内市场、看好中国制造出海的强烈信心。

展会期间同步配套30余场行业论坛、线上直播及精准采销对接活动,聚焦行业最新政策、平台运营规则、海外合规经营、智能海外仓布局、全域数字营销等行业前沿热点开展深度交流。本次展会开幕首日设立“电商平台日”,各大头部平台集中开展招商入驻、政策解读、实操培训等专项服务,为参展外贸企业和中小跨境卖家提供一站式出海解决方案,打通“开店—运营—物流—合规—风控”全链条服务闭环,精准破解企业跨境出海过程中的痛点、难点问题。

作为国内极具影响力的跨境电商专业展会,广州跨交会依托广州跨境电商综试区产业优势,持续搭建中国制造链接全球消费市场的重要桥梁。本届展会吸引了数量庞大的专业观众到场观展采购,群体覆盖跨境卖家、平台采购商、品牌代理商、外贸工厂等各类市场主体。海内外客商齐聚广州,借助展会平台抢抓全球贸易新机遇,助力广东乃至全国外贸新业态提质扩容,为稳外贸、推动外贸产业数字化转型升级注入强劲数字动能。

这场贯通全产业链、链接全球化资源的行业盛会,正持续为全国外贸企业数字化转型、跨境产业协同发展搭建高水平交流合作平台。

2026年北京市顺义区科技周圆满收官

本报讯 5月上旬—6月上旬以“奋进‘十五五’科技谱新篇”为主题的2026年北京市顺义区科技周系列活动日前圆满落幕,各类活动多点开花、成效显著。本次活动统筹院士专家、高校院所、科技企业等多方资源,重点打造6大主场活动,涵盖高端学术论坛、科技下乡、科普志愿服务、科普研学游、科普进校园、安全体验行。线下参与人数1400余人次,覆盖科研人员、农民、青少年、干部职工等多类群体;动员顺义区科普联席会议成员单位结合单位特点,举办分会场活动370余场次,累计惠及群众超170万人次,营造出浓厚的科创科普氛围。

下一步,顺义区科委将持续整合优质科创资源,常态化开展惠民科普活动,以长效科普助力区域产业升级、民生提质,持续厚植创新发展沃土。

(李伟)

节能新起点 低碳向未来
2026年全国节能宣传周启动

新华社消息,2026年全国节能宣传周启动仪式6月15日在重庆举行,仪式现场发布了《重点行业节能降碳改造攻坚三年行动计划》。今年6月15日至21日是我国第36个全国节能宣传周,主题是“节能新起点 低碳向未来”。

启动仪式上,国家发展改革委环资司与工业和信息化部节能司、生态环境部气候司、国务院国资委社会责任局、国家能源局规划司共同发布《重点行业节能降碳改造攻坚三年行动计划》,加力部署推进节能降碳改造工作。来自电力、钢铁、建材、有色、石化、化工等重点行业11家企业联合发布“十五五”节能降碳改造承诺。有关金融机构与企业代表现场签署绿色金融赋能节能降碳合作意向书,通过金融工具助力企业节能降碳。行业协会、公共机构、制冷企业等代表发起公共机构制冷改造声明。5家互联网平台企业联合启动“节能低碳生活家”主题行动月,为节能低碳产品、绿色出行等提供惠民补贴。

据悉,今年全国节能宣传周期间,各地区、各有关部门和单位将聚焦节能降碳工作重点,开展重点行业节能降碳改造、工业领域能效提升、建筑领域节能降碳、交通运输绿色低碳转型、节约型机关建设、绿色低碳知识科普等活动,并结合实际组织开展具有地方特色和行业特点的宣传活动,大力倡导简约适度、绿色低碳、文明健康的生活理念和消费方式,为经济社会发展全面绿色转型提供有力支撑。

(李晓婷 魏玉坤)

数字化运营驱动产业升级
熊琴以智慧管理实践回应时代发展需求

■ 周闻清

在数字经济持续深化的背景下,数字化运营与智慧管理正逐渐成为推动企业转型升级的重要方向。从国家层面提出加快数字经济与实体经济深度融合,到各行业不断探索智能化、数据化的发展路径,企业对于运营效率、资源整合能力以及精细化管理水平的要求正在持续提升。在这一时代趋势下,一批兼具管理能力与技术思维的行业实践者开始受到广泛关注,广州哈世奇信息科技有限公司、四川山与农科技有限公司总经理熊琴便是其中具有代表性的一位。

在2025(第十二届)品牌影响力发展大会暨成果发布活动中,熊琴凭借其在智慧管理与数字化商业运营领域的持续探索与实践,获得“2025品牌影响力·数字化运营领域卓越贡献人物”称号。此外,熊琴主导相关研发与应用实践的“大数据驱动的企业绩效智能分析平台”,于2023年在第9届科技发展高峰会获得“创新中国‘十四五’数字化运营行业科技创新优秀成果”奖……这一系列行业认可,不仅体现出熊琴在数字化运营领域的专业影响力,也反映出当前市场对于智慧管理体系建设的高度关注。

近年来,随着企业经营环境日趋复杂,传统依赖经验判断的管理模式已难以满足高效率、低成本和精准决策的发展需求。特别是在新零售、智能终端运营及数字化商业管理等领域,企业普遍面临数据分散、运营协同效率不足以及管理体系难以闭环等问题。在此背景下,以数据驱动决策、以智能化提升运营效率,已逐渐成为行业发展的核心方向。

熊琴长期深耕智慧管理与数字化商业运营领域,先后在四川山与农科技有限公司、广州哈世奇信息科技有限公司担任总经理职务,围绕智能零售终端运营、数字化资源管理及企业运营体系优化展开持续实践。与传统经营模式不同,她更强调将数据分析能力、物联网技术及企业运营逻辑进行融合,通过数字化管理手段提升企业整体运营效率与资源利用能力。

据了解,在企业运营过程中,熊琴主导推动了包括“基于物联网的数字化资源调度与管理平台”“区块链技术支持的企业业务数据管理系统”“AI与知识图谱结合的业务流程智能管控系统”等多项技术成果的建设与应用。这些成果并非单纯停留在技术层面,而是更加注重企业实际场景中的应用价值。例如,在智能零售及运营管理场景中,通过数据整合与智能分析,企业能够更精准地进行资源调度、商品管理及运营决策,从而提升运营效率并降低管理成本。

其中,“大数据驱动的企业绩效智能分析平台”在行业内受到较高关注。该平台围绕企业绩效分析与运营管理需求,通过数据采集、分析及动态反馈机制,为企业提供更加系统化的运营分析能力。业内人士认为,这类以数据驱动的管理模式,不仅提高了企业运营透明度,也为企业建立更加科学的管理体系提供了现实路径。也正因如此,该成果在2023年第9届科技发展高峰会上获得“创新中国‘十四五’数字化运营行业科技创新优秀成果”称号。

值得关注的是,熊琴的行业影响力不仅体现在企业经营与技术实践层面。2024年9月,她受聘担任中国民营科技实业家协会学术工作委员会“大国科技工作者智库”客座教授。这一身份意味着其在智慧管理与数字化运营领域的实践经验,已开始从企业层面向行业交流与经验传播层面延伸。当前,随着数字经济加速发展,行业对于兼具技术理解与管理能力的复合型人才需求日益增强,而熊琴所代表的实践路径,也为行业人才培养与企业转型提供了新的参考方向。

熊琴的实践,正是在这一背景下形成的典型案例。她并未单纯强调技术概念,而是更关注技术如何服务于企业实际经营需求,如何帮助企业实现从传统运营模式向智慧化管理模式的转变。这种以运营逻辑为核心、以数据能力为支撑的发展路径,也使其在当前行业环境中展现出较强的现实价值。

业内分析认为,未来随着人工智能、大数据及物联网技术的进一步普及,企业对于智慧管理体系的需求还将持续增长。而像熊琴这样兼具战略管理视角与数字化实践经验的行业人才,也将在推动产业数字化升级过程中发挥更加重要的作用。

第九届中国—亚欧博览会启幕在即

本报讯 6月25日至29日,由商务部、外交部、中国贸促会与新疆维吾尔自治区人民政府共同主办的第九届中国—亚欧博览会将在乌鲁木齐盛大举行。本届博览会以“丝路新机遇·亚欧新活力”为主题,规划展览面积约14万平方米,设置投资合作、新质生产力、特色优势产业、绿色发展、文旅融合、丝路合作六大专区,已有27个国家和地区、国际组织及2000余家企业确认参展,主宾国为哈萨克斯坦与巴基斯坦,主宾省为湖北、陕西。

作为民营经济大省与制造业强省,浙江省将以华友钴业、天能股份、万事利、桐昆股份、云深处科技等龙头与科创先锋组团亮相,向亚欧市场递出一张兼具产业厚度与开放气度的“浙江名片”。

作为古丝绸之路的重要货源地,浙江与亚欧各国的商贸往来源远流长。丝绸、瓷器、茶叶曾自江南启程,经河西走廊抵中亚、达欧陆,写就千年的文明互鉴。如今,从新能源材料到智能装备,从丝绸文创到化纤原料,浙企出海的步伐不断加快,与亚欧各国的产业互补性持续增强。

本届博览会聚焦贸易促进、投资合作、扩大消费、创新合作四大领域,将举办80余场新品首发、跨境经贸、招商引资等活动,包括“出口中国”哈萨克斯坦专场、中国(新疆)—中亚“丝路电商”政企对话会、“投资新疆”“投资兵团”主题活动等。这为浙江企业从“一次性洽谈”走向“长期性合作”提供了常态化、长效化的对接平台。(董永先)

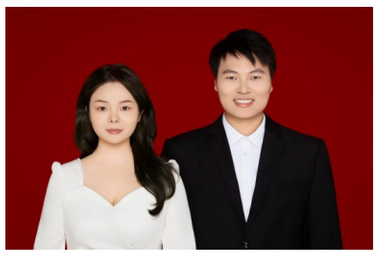
生日祝福

※※※※※※※※※※※※※※※※※※※※

王成携妻子朱琳,
儿子王心浩,
恭祝母亲刘安6月18日生日快乐,
健康幸福每一天。

结婚启事

※※※※※※※※※※※※※※※※※※※※



新娘 李林娟 新郎 李敏杰

李敏杰先生与李林娟女士,于公历2026年6月18日正式结为夫妻,二人同心相倾,以诚相守,愿百年琴瑟,共赴白头。特此登报,敬告亲友,亦作留念。