

# AI重塑经营

## 2026中国电商AI应用白皮书

- ★ 1000+商家真实调研
- ★ 15例商家增长实战复盘
- ★ 5大行业AI落地建议
- ★ 2026电商AI经营风向预判



# 前言

历史的指针指向2026年，中国电商行业正站在一场深刻变革的潮头。这不再是一次温和演进，而是一股由AI驱动、改写商业文明的澎湃巨浪。

在这次AI浪潮中，大模型技术一举打开认知智能的封印。从“会说话的模型”到“会行动的Agent”，再到以OpenClaw为代表的多智能体底层操作系统，我们正在见证AI完成其历史性一跃。

这场跃迁的最新进展，在于智能体已经从单兵作战走向自主化的集群协同。Claw应用构建起一个能感知、分析、决策、执行的智能体之网，它能拆解复杂目标，自主调用不同能力的数字员工分头行动，达成工作流的完整闭环。

正是这一拐点，让电商经营的全面自动化与智能化从理想照入现实。

作为变革发生的核心场域，淘天集团持续将其AI技术能力与二十余年的电商经验深度融合，转化为商家触手可及的增长引擎。过去一年，淘天的AI产品矩阵累计为500万商家节省了千亿级的运营成本；AI店小蜜服务4亿人次，成交转化效率提升30%；TMIC融合大模型能力，让新品研发效率提升20倍……

2026年，AI的能力与角色再度升维，成功触发“人机共治”的经营新范式，百万级商家因此获益。典型如[淘天集团上线的全新AI生意管家](#)，为每位商家配备一支7×24小时不间断工作的数字员工团队。这支队伍里，有不知疲倦的客服专家，有灵感泉涌的创意美工，有洞悉数据的分析参谋，更有运筹帷幄的投放高手，它们相互协同作战，根据商家的经营策略自我优化，成为名副其实的“硅基军团”。这不仅是效率工具的迭代，更是增长动能的释放。

技术飞跃的价值，最终要回归至商家的日常经营中，回归至每一笔订单的成交里。

我们撰写这份《[AI重塑经营：2026中国电商AI应用白皮书](#)》，旨在为每一位电商经营者提供一份穿透技术迷雾的行动指南。无论你是刚刚起步的中小商家，还是寻求突破的中腰部品牌，抑或是探索全链路智能化的行业头部——[这份白皮书将帮助你：看清AI在电商经营中的真实价值坐标，找到适合自身阶段的AI应用路径，获得可直接落地的实战方法论。](#)

本白皮书采用多维度研究分析方法，以大规模问卷调查、深度访谈为核心形式，范围覆盖电商领域的各大行业。本次调研共覆盖900余位电商商家，回收有效问卷846份；在此基础上，我们进一步对90余位商家进行了多维度的深度访谈，并对10余位具有行业代表性的商家进行了垂直式深度调研。受访群体中，由店主老板、品牌主理人、企业创始人构成的决策层占比高达85%。同时，我们通过与行业专家、平台负责人及品牌商家的深入对谈，挖掘了大量一手实战案例。

调研结果显示，参与深度访谈的商家群体中，超过95%的商家已应用AI工具，超过60%的商家处于每天高频使用状态，88%的商家计划维持和加大对AI的投入。AI不再是少数先行者的试验品，而是演变为电商经营的标配基础设施。

从3C数码行业摆脱参数内卷突围，到家居家装行业深耕内容与服务质量，从美妆个护行业的精准营销链路，到食品生鲜的深度数字化改造——我们尝试勾勒出AI在不同行业土壤中蓬勃生长的真实图景。此外，你将看到“AI融合指数层级”如何量化品牌商家的智能化水位，看到千行百业的头部选手如何以AI之力在激烈的存量博弈中大放异彩。

时至今日，AI之于电商的变革意义，已经超越降本增效本身，更意味着一次电商经营哲学的更迭。当繁琐复杂的基础性劳动被智能体全面接管，经营者终于可以将宝贵的心智资源投入到只有“人”才能完成的事情上：预判趋势、聚焦战略、创造价值、定义品牌，电商行业的竞争赛点将从资源占有转向认知解放。

时代的机遇从不平均分配，它青睐那些在关键节点厘清方向且果断下注的人。

淘宝天猫已然搭建起通往数智经营时代的AI基础设施，接下来的故事，将由每一位品牌操盘手、电商从业者亲自书写。我们相信，那些率先领悟时代变迁逻辑、重新定义自身角色的经营者，将在未来真正掌握属于自己的增长主动权。

欢迎来到，AI重塑经营的新世界。

# 目录 CONTENT

TAOBAO & TMALL TECH

## 01 / AI浪潮来临，电商经营的颠覆革新

- 1.1 电商经营范式变革期，AI成为“破卷之道” ..... 5
- 1.2 穿透组织与系统，当前商家电商经营的六大挑战 ..... 7

## 02 / 从效率到效果，AI如何解决商家实战难题？

- 2.1 现状评估：“AI融合指数层级”量化评估分层商家的真实应用水平 ..... 12
- 2.2 增收获客，品牌营销新助手 ..... 16
- 2.3 决策参谋，商家的数据大脑 ..... 19
- 2.4 极致提效，释放经营生产力 ..... 22

## 03 / 全链路解析，商家AI的应用潜力

- 3.1 全链路赋能，AI再造电商经营各个环节 ..... 26
- 3.2 深入应对商家需求，发现AI价值关键坐标 ..... 33
- 3.3 从“工具”到“伙伴”，“电商+AI”在业内的跨越式发展 ..... 35

## 04 / 赋能焕新，AI助推行业高质增长

- 4.1 3C数码行业：打破技术密集型行业的“低效内卷”魔咒 ..... 40
- 4.2 服配箱包行业：打造专属“选款师”，驱动审美升级和品牌化运营 ..... 41
- 4.3 家居家装行业：提质增效，重塑内容生产和服务链路 ..... 43
- 4.4 美妆个护行业：人货高效匹配，精准营销撬动爆发式增长 ..... 44
- 4.5 食品生鲜行业：深度洞察用户需求，跳出“不可能三角” ..... 45

## 05 / 电商AI的未来发展与趋势展望

- 5.1 “AI+电商”未来新图景：以AI应用为核心的“新经营时代” ..... 47

# 01

## 第一章

# AI浪潮来临， 电商经营的颠覆革新

席卷全球的AI变革，正在带来一场涉及千万商家经营的颠覆式革新。我们从调研中发现，在平台应用的助推下，AI新技术正以极快的速度渗透进商家的经营环节，成为行业发展的新引擎，并切中当下商家经营的核心难题。



## 1.1 电商经营范式变革期，AI成为“破卷之道”

回望中国电商的发展历程，我们清晰地看到三个阶段的演进轨迹。

第一阶段是“流量红利期”，电商平台依靠用户规模的高速增长驱动交易额攀升，商家享受市场增量红利；第二阶段是“存量竞争期”，用户增长逐渐趋缓，市场格局趋稳，流量成本持续攀升，行业竞争愈加白热化。

如今，电商行业迎来了第三个阶段——“AI红利期”。

在这个阶段，单纯靠资金堆砌的流量购买模式已难以为继，AI的加速发展成为行业变革的核心驱动力。AI智能体、类Claw应用正在重塑数据洞察、内容营销、产品开发与运营等多个环节的经营范式，不仅带来效率的极致提升，更催生出全新的增长逻辑和组织形态，成为当下商家能力竞争的焦点。



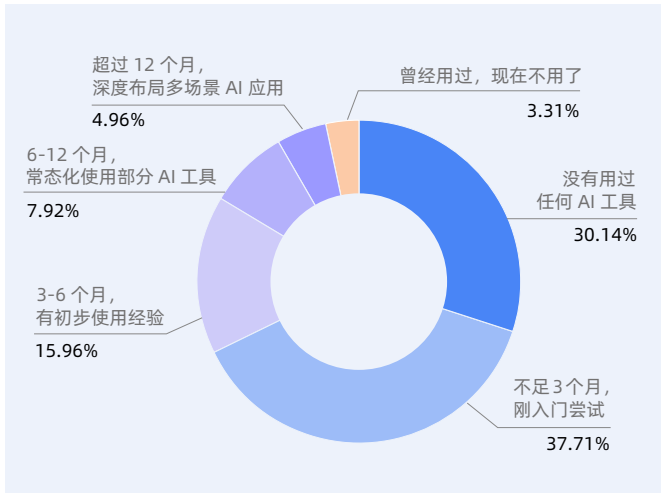
● 中国电商发展的三大演进阶段：AI加速成为第三阶段的核心驱动力

2025年以前，商家对AI的使用相对碎片化，譬如生成一张海报、写一段文案、做一次店铺诊断等，且商家仍需在不同平台与工具间切换。2026年，随着类Claw应用深入系统，这一格局正在被改变——一站式经营工具**淘天集团全新AI生意管家**全面升级，为商家提供“云+本地”一体化的、“开箱即用”版的生意管家Agent，并支持第三方及自研商家Skills的无缝挂载；同时，它可以基于商家个性化经营特征进行深度训练，构建具备长期“商家记忆”的智能化经营大脑。

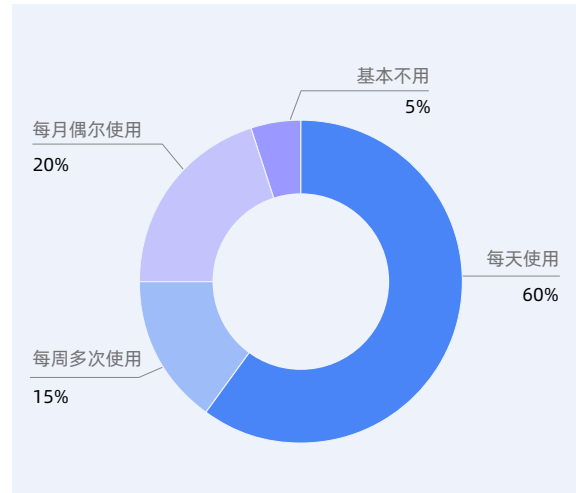
**全新AI生意管家**打破了店铺运营的传统逻辑，提供了一种商家只需下达命令即可自动完成任务并形成长期记忆的经营新路径。多智能体协同下，AI能从真实经营数据中持续学习，甚至给出以往人工无法洞察到的优化方案，真正实现了AI经营范式的重构。

从本次白皮书的调研数据发现，目前**电商商家**的AI应用情况整体呈现“高触达率”与“高使用黏性”的态势。

在当前以淘系为代表的商家群体中，已在使用AI工具辅助经营的占比约70%，大部分商家已经开始拥抱AI；全新AI生意管家的每日巡店、经营策略分析，商品素材管理，以及AI店小蜜等功能，为商家群体最高频使用的功能；在本次调研深度访谈的商家群体中，约有60%的商家每日高频使用AI。



2026 淘系商家当前 AI 应用深度数据调研



深度访谈商家AI应用频率统计

也就是说，在技术革新的大背景下，AI的应用一旦渗透商家经营环节，将快速成为其高频使用的基础设施，未来AI电商应用将爆发更为可观的潜力，这已是大势所趋。从行业整体规模来看，AI在电商领域的应用市场正在快速扩容。

据国际数据公司（IDC）发布《全球人工智能和生成式人工智能支出指南》2025年V2版最新预测数据，2024年全球AI IT总投资规模已达3159亿美元，预计到2029年将突破至1.2万亿美元，五年复合增长率高达31.9%。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最大的受益领域。从商家端的实际感知来看，AI应用带来的经营效率提升与增长红利已经从“概念验证”进入“规模兑现”阶段。

AI带来的效率红利初显，那些率先拥抱AI、善于利用AI的商家，将在新一轮的效率竞赛中占据先机。

## 1.2 穿透组织与系统，当前商家电商经营的六大挑战

AI带来的变革红利固然诱人，但我们也不能忽视一个基本事实：大多数商家在革新经营方式的过程中，依然面临多重挑战。基于本白皮书对商家群体的调研以及对多个行业商家的深度访谈，我们总结出当前商家经营的六大核心挑战。

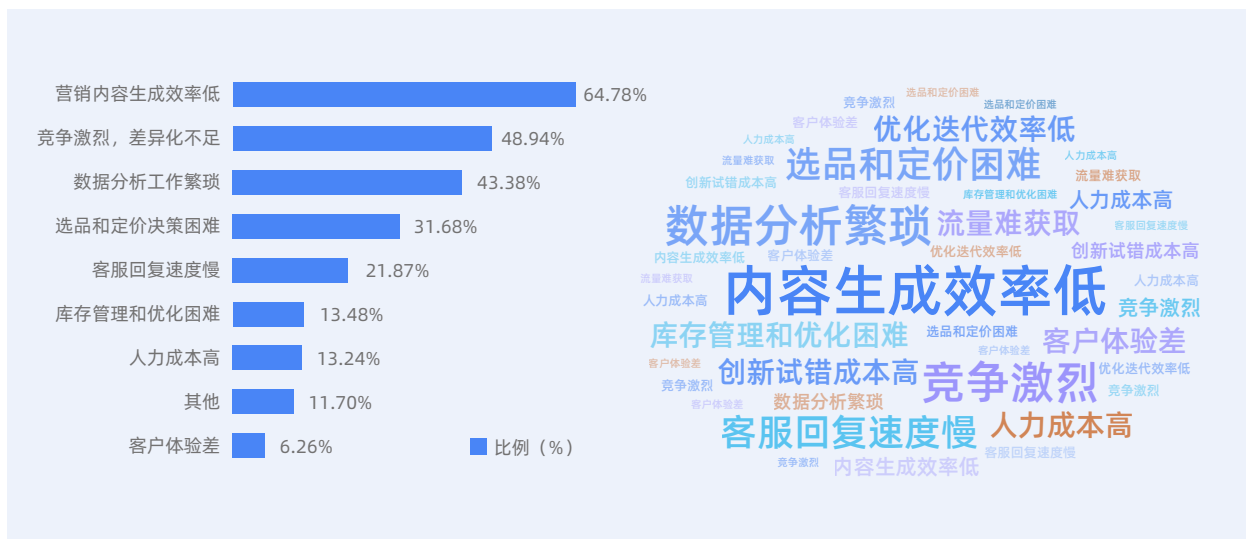
### 挑战一：商家试错成本高，优化迭代效率低

这是几乎所有商家面临的共同痛点。随着电商平台用户增长趋缓，市场转向存量博弈，商家探索新业务、孵化新品牌的成本持续攀升，传统关键词竞价模式边际效益递减，ROI持续走低。这无疑更有赖于商家更精准、更高效的获客推广模式以及全域营销运营的流量获取方案。“以前做推广像撒网捕鱼，现在是要用更高科技的‘雷达’找鱼群。”一位母婴品牌运营总监这样形容道。

### 挑战二：内容创作压力大，优质内容制作成本高、效率低

随着电商内容化的趋势加深，大多数消费者习惯于通过图文、短视频、直播等多种形式来了解品牌和产品特性，在多平台的用户评论和体验分享中建立认知，最终形成购买决策。这一新的购买模式，对商家内容的创意能力、制作成本、更新频率都提出了极高要求。一个典型的服饰商家每月需要产出数百张商品图片、数十条短视频、以及持续更新的直播内容，这是巨大的工作量。

白皮书调研显示，有64.8%的中小商家表示目前店铺面临的最大的运营痛点之一就在于内容生成效率低，优质文案、图文、短视频制作成本已经成为商家日常经营必备的支出项。



● 商家当前主要经营痛点调研（问卷多选题，N=846）

### 挑战三：数据孤岛与工具分散，决策缺乏智能支撑

如今，很多商家已经意识到数据的重要性，但在实际运营中，数据往往分散在平台后台、ERP系统、客服系统等多个“孤岛”中，难以形成统一的决策视图。与此同时，商家日常使用的工具也是七零八落——ERP、打单工具、投放分析、AI数据表格各自独立，彼此之间需要人工手动串联，这也是近年来商

家热衷于RPA（机器人流程自动化）的根本原因。

有43.4%的中小商家表示在数据分析工作中遇到挑战，包括决策不及时、分析过程繁琐等，是其经营中的一大痛点。调研中有商家反映：“我们每天能看到很多数据，但不知道哪些是真正重要的，其中有哪些关联。”决策更多依赖主观经验，限制了经营优化的空间。对于商家而言，数据分析、策略制定工作亟待有一个能整合多平台数据、打通工具壁垒的“智慧经营大脑”。

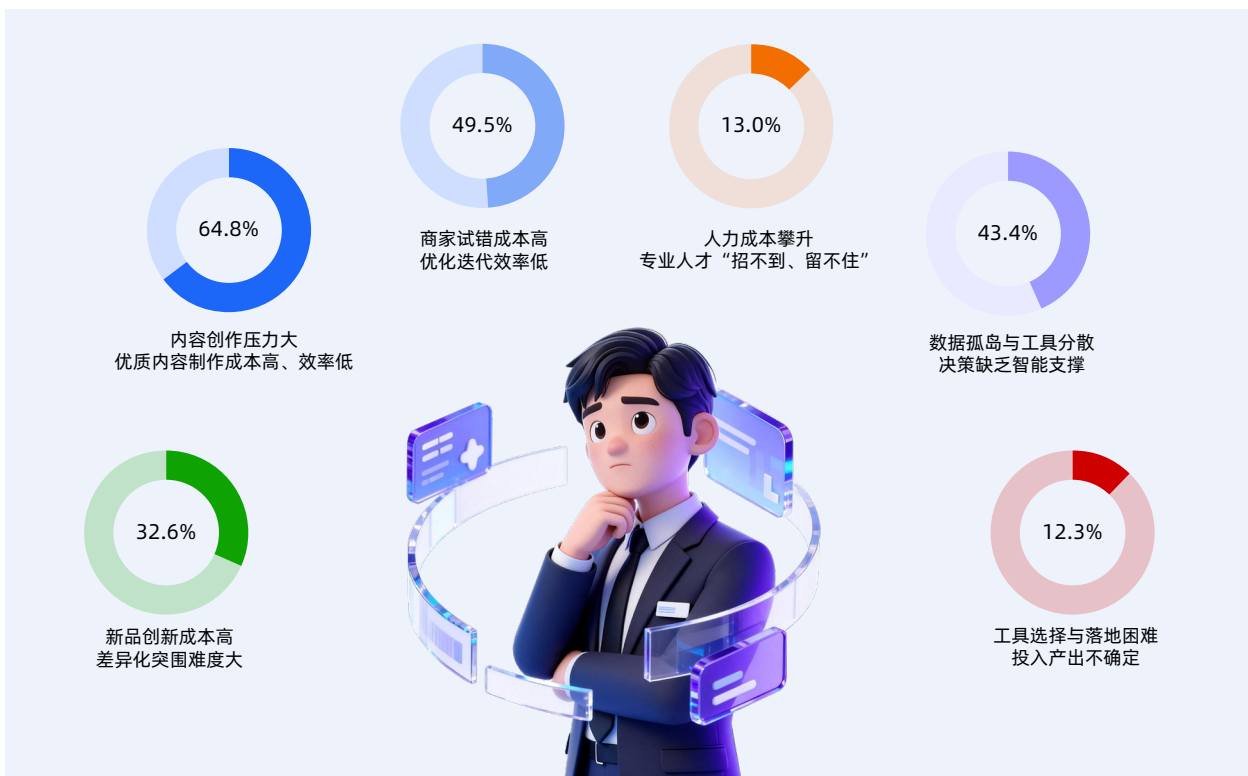
#### 挑战四：新品创新成本高，差异化突围难度大

在电商领域，热门品类往往在短期内涌入大量商家，导致产品设计、营销话术、促销策略高度趋同。消费者面对琳琅满目的选项时，难以感知到实质性差异。如何洞察市场空白点、快速验证新品方向、构建差异化的产品定位和用户体验，成为商家突围的关键命题。

调研数据显示，超过48.9%的商家认为所在品类“竞争激烈，同质化严重”，有31.7%的商家面临选品和定价的难题。一位3C数码商家无奈地表示：“同样一款产品，几十家店都在卖，图也差不多，最后只能拼价格。”AI在此的破局价值在于：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”。

#### 挑战五：人力成本攀升，专业人才“招不到、留不住”

电商行业的运营链条长、环节多，从选品、美工、文案到投放、客服、数据分析，每个环节都需要专业人才支撑。但现实中，中小商家普遍面临人才困境：一方面，专业运营人员薪资水涨船高；另一方面，



当前电商家经营的主要挑战

优秀人才更倾向于流向平台或头部品牌。白皮书调研显示，有超过13%的中小商家认为“人力成本”是其经营痛点之一，人才短缺制约精细化运营能力，成为规模化扩张的关键瓶颈。

#### **挑战六：工具选择与落地困难，投入产出不确定**

随着AI电商应用普及，各类工具如雨后春笋般涌现，商家如何根据自身业务需求进行选型、评估投入产出，如何实现新工具与现有系统的集成，都成为商家在AI落地过程中需要深入学习并解决的问题。部分商家因落地成本高而持观望态度，错失先发红利；盲目投入者则面临“工具买了不会用、用了没效果”的落地困境。这意味着，商家需要审慎规划AI应用的优先级和节奏，避免盲目投入。

以上挑战，既是当前商家经营的真实困境，也是AI技术可以发挥作用的关键场景。在接下来的章节中，我们将通过详细的行业数据和实战案例，深入解析AI如何破解这些难题，帮助商家实现跨越式发展。

# 02

## 第二章

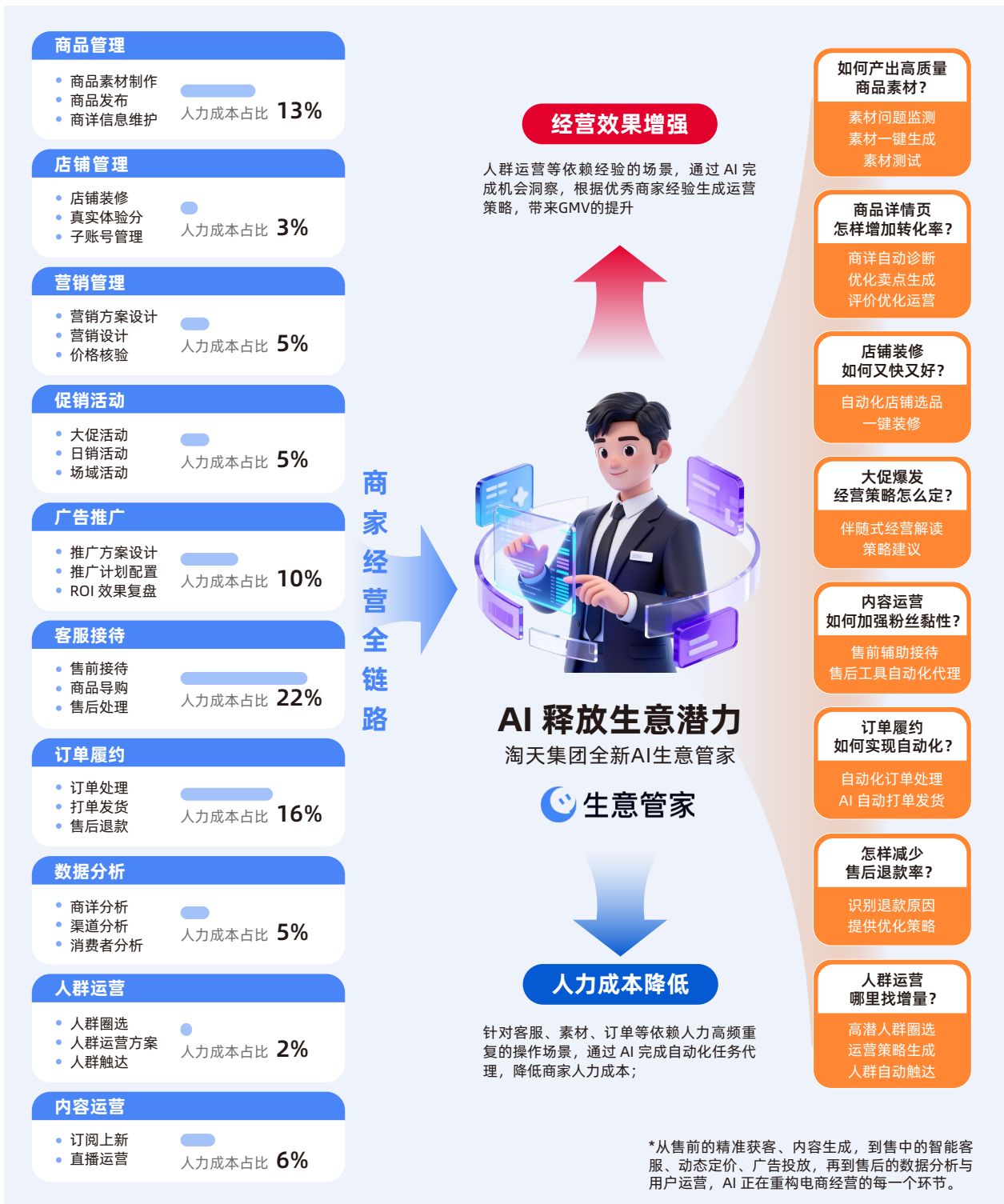
# 从效率到效果， AI如何解决商家实战难题？

AI的深度应用，正以前所未有的方式回应电商商家的经营痛点，为商家提供贯穿经营全链路的“系统性解决方案”。



本章节我们将聚焦以下问题：AI在实战经营中，已在哪些环节为商家创造了价值？不同层级的商家在AI应用上呈现出怎样的“AI融合指数层级”？

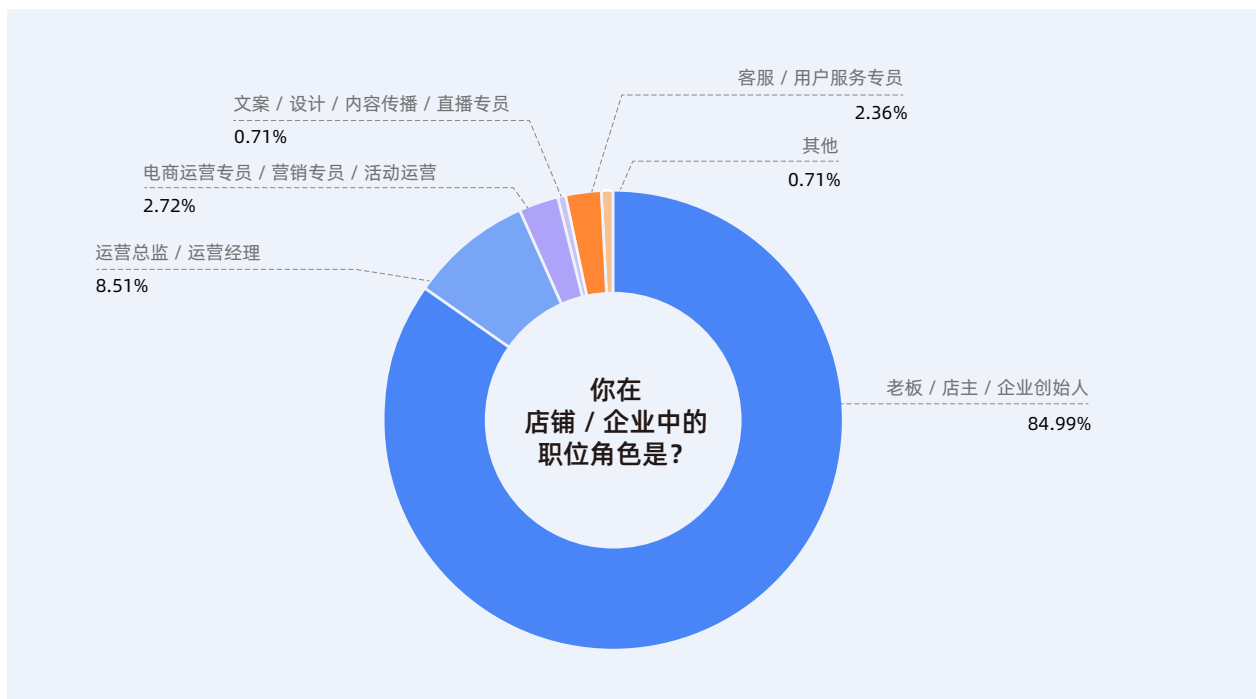
从增收获客、智能决策到极致提效，AI如何从这三大方向真正解决商家实战中的具体难题？我们将结合不同类型和不同体量商家的应用案例，看见AI赋能电商经营的真实图景。



## 2.1 现状评估：“AI融合指数层级”量化评估分层商家的真实应用水平

本白皮书共调研了900多位电商商家，回收有效问卷846份。为获得更具深度的行业洞察，我们进一步对90余位商家进行了多维度的深度访谈，并对10余位具有行业代表性的商家进行了垂直式的深度调研。

值得注意的是，问卷调查的用户画像显示，决策层群体占据绝对主导地位。由店主老板、品牌主理人、企业创始人构成的决策层占比高达85%。客户服务与电商运营专员等中坚职能部门也是本调研的重要组成部分。



● AI应用需求调研用户画像

在本白皮书中，我们设计了“AI融合指数层级”评估模型，由5个关键维度构成，每个维度有明确的评估标准，以此考量AI对商家组织系统和经营管理的融合深度。

\*说明：“AI融合指数层级”评估模型：总分=维度1+维度2+维度3+维度4+维度5，主要维度包括：AI工具使用频率、业务覆盖率、工具数量、人才储备、价值实现，总分100分，单项满分20分，以此评估AI工具在电商商家经营中的融合程度。

指标	计算方法	评分标准（分）
使用频率	日常频率计算	0: 1-2次/月或更少 5: 1-2次/周 10: 3-5次/周 15: 日常>5次/周 20: 每日使用
业务覆盖率	使用业务数量/总业务数量	0:<10% 5:10-30% 10:31-50% 15:51-70% 20:>70%
工具数量	AI工具对应相应使用场景数量	0: 未使用 5: 1-2个 10: 3-4个 15: 5-6个 20: 7-8个或更多
人才储备	会使用AI的员工/员工总数	0:<1% 5:1-10% 10:10-20% 15:20-30% 20:30-40%或更多
价值实现	成本/收入/效率/等维度 前后对比显著性评估	0:成本节约/收入贡献/效率提升对比之前 < 5% 5:对比之前 ↑ 5-15% 10:对比之前 ↑ 16-30% 15:对比之前 ↑ 31-60% 20:对比之前 ↑ > 60%

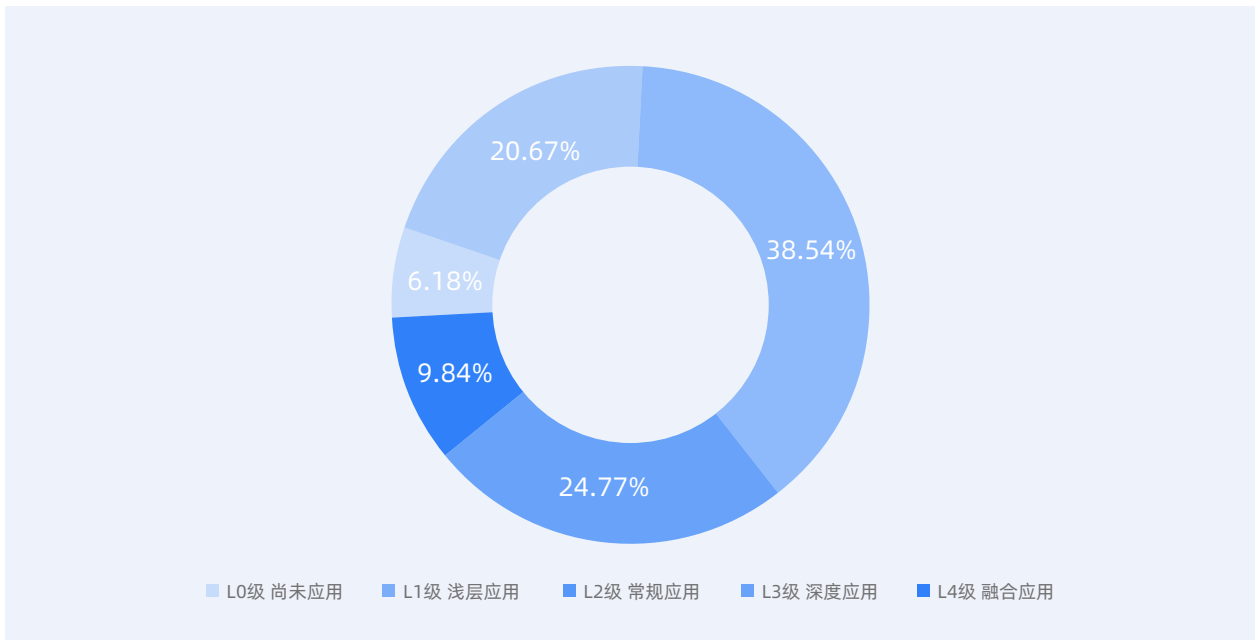
● 计算表格示例

等级	总分区间	应用阶段	典型特征
L0	0-20分	尚未应用	未使用任何AI工具辅助经营
L1	21-40分	浅层应用	尝试性使用1-2个基础AI工具
L2	41-60分	常规应用	常态化使用AI工具，覆盖2-3个经营场景
L3	61-80分	深度应用	AI广泛嵌入经营环节，产生显著价值回报
L4	81-100分	融合应用	AI全链路融合，具备自主决策与持续优化能力

● 评分结果解读

结合“AI融合指数层级”评估框架，通过对样本商家的深度调研，我们洞察到电商行业整体AI应用已跨越初步尝试阶段，呈现出以下分布态势：

- **大多数商家已步入AI应用阶段：**L0级（尚未应用）的商家占比已被压缩至6.18%。
- **L1级与L2级是关键进阶区：**L1级（浅层应用）占比为20.67%，L2级（常规应用）则占据了最大的比重，达38.54%。
- **AI高阶应用仍是天花板：**代表更广泛使用AI、实现显著价值回报的L3级（深度应用）商家占比为24.77%，而处于L4级（融合应用）的商家占比较小，仅为9.84%，显示出电商全链路实现智能化仍有较大进阶空间。
- **AI高阶应用仍是天花板：**代表更广泛使用AI、实现显著价值回报的L3级（深度应用）商家占比为24.77%，而处于L4级（融合应用）的商家占比较小，仅为9.84%，显示出电商全链路实现智能化仍有较大进阶空间。



不同“AI融合指数层级”商家分布比例

由此，我们可以洞察到当前AI正逐渐融合到电商商家的日常运营之中，L2级常规应用（38.54%）占比最高，超过三成的电商商家正在将AI作为一种常态化的提效工具，其商业价值已经在电商经营场景中得到了初步验证。

“两极”占比较小，预示市场正处于从初步探索向规模化进阶的关键期。仅有6.18%的商家处于L0阶段，说明AI大潮已势不可挡，大多数电商商家都已开始自己的AI探索之旅。与此同时，当前能实现L4融合应用的商家仅占9.84%，说明全链路、全场景融合且能自主决策的AI应用对商家来说仍有技术和组织门槛，绝大部分商家处于L1-L3阶段的进阶态势。

基于上述分布态势，我们可以进一步明确，商家AI应用融合率已经跨越了创新扩散理论中从早期使用者转向大众化应用的“分水岭”。

**我们回溯近年来AI在电商领域的应用演进（以淘天为例），这一转折尤为清晰：**

## 2023年：单点能力阶段

### AI作为降本增效的“提效工具”

2023年，AI在电商领域的应用尚处于萌芽期，使用AI工具的商家占比不足10%，多数中小商家仍依赖传统运营模式；在起步阶段，淘天向商家免费开放或内测了多款单点式AI工具，主要聚焦于解决抠图、文案生成等基础性重复劳动，成为商家的高效“外挂”。这一阶段的AI角色，是被动接收指令的“执行工具”，帮助商家替代重复性人力工作。

## 2024年：工作流阶段

### 从“散装工具”到“流程化整合”

2024年，淘天不再满足于单点工具的输出，开始将素材生成、数据服务与经营代理等多项能力进行串联与深度整合。淘宝“生意管家”等原生AI应用启动以来，渗透率呈现陡峭上升态势，商家使用AI工具比例快速攀升至65%，AI生图、智能客服成为主流工具；在双11期间，该产品累计服务了400万商家，帮助中小商家生成了超1亿件商品及营销素材，并进行了超200万次的深度数据流量分析。超过74%的商家表示，淘天“生意管家”每月大约可省去一个美工的人力成本。此时的AI，不仅会按指令“干活”，更懂得按流程自动“巡检”，初步具备了一定的流程自动化与预警能力。

## 2025年：多AI智能体阶段

### “可自主拆解任务的伙伴”

2025年，日常经营中使用淘天集团AI生意管家工具的商家已达500万。生意管家通过1个“AI店长”+6个“AI员工”（包括AI数据分析师、AI营销运营专家、AI人群运营专家、AI美工专家、AI客服助理、AI订单助理等Agent组合），实现多智能体协同。双11期间，“生意管家”服务500万商家，商家满意度高达90%。AI店长“大促小助理”累计为商家生成500万条大促经营策略，平均帮助商家节省30%的工作量，经营效率提升1.5倍，淘天AI产品累计商家节省超千亿级运营成本。这是淘天AI能力发生质变的关键一年。AI正式从“单兵作战”的工作流，迈入“多AI智能体”协同作业的阶段。

## 2026年：迈向“数字员工”与“生意伙伴”阶段

### 从被动响应到AI托管自主经营

2026年，淘天AI产品覆盖超过90%的商家经营场景，成为品牌经营标配，2026年3月底，淘宝天猫推出电商行业首个集成AI Agent的全新AI生意管家，为每个商家配备覆盖经营全场景、全流程的AI数字员工团队，标志着AI已成为电商经营的基建，AI驱动的电商新范式正在全面成型。

在这股AI应用的浪潮中，新的技术能力与组织融合成了电商经营者必须面对的课题。

如何才能AI驱动下，真正实现生意增长、智能决策和经营提效？接下来的章节中，我们将以商家案例视角，解析不同AI融合指数层级的商家实际应用成效。

## 2.2 增收获客，品牌营销新助手

在商家最关心的实战维度上，AI如何带来可量化的确定性增长？深度访谈中，我们看到商家通过AI实现提升转化效率与GMV增长，在数据与智能决策优化的帮助下，让预算持续流向最高效的渠道，通过AI数字员工团队洞察销售转化全链路，精准捕捉商机。

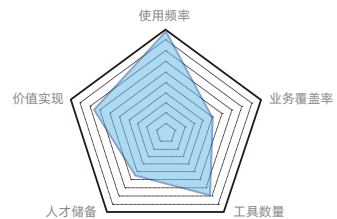
从普通中小商家到中腰部商家，再到引领品类趋势的头部品牌，一个个鲜活样本，正在重新定义电商品牌增长的新逻辑。

### 案例一·大型品牌

Manner



☞ 头部连锁咖啡品牌    ¥年销售额：5000万+级    ☞ 客单价：100-150元



### ☆ 用AI做“精准增长”，洞察高潜人群和高效渠道

Manner电商团队常年位居类目TOP10，咖啡豆子类目TOP5。面对每年变化的行业环境，他们用AI做“精准增长”——不盲目投流，而是通过数据洞察找到高潜人群与高效渠道。从Manner的实践中可以看到，人工“盯盘”和经验调价的时代已经过去，品牌如今已用AI实现了24小时智能投放和秒级决策响应。在今天，不会用AI优化营销管理的商家，等于在主动降低自己的利润率。

#### 增长路径

- 1 AI人群破局**  
 双11期间，通过**生意管家AI人群运营专家**诊断发现店铺涌入大量非目标客群，团队随即调整人群定向策略，优化目标人群圈选，最终实现ROI环比翻倍；
- 2 AI竞品预警**  
 通过**生意管家AI店长的竞品分析功能**发现，店铺爆款咖啡豆的流失客户主要流向了品牌自有的另一渠道店铺（同款产品因包装不同形成内部竞争），这一AI洞察为内部渠道策略调整提供了关键依据，有效挽回流失订单；
- 3 AI投放ROI翻倍**  
 从2024年5月起使用阿里妈妈“全站推”（AI全站推广）工具，商家设定投放目标后，由AI系统自动完成预算分配和渠道优化，ROI较人工优化提升2-3倍。

#### 关键增长数据

大促人群优化后ROI环比提升：**100%**  
竞品精准流失识别并挽回订单

数据分析和报表生成效率提升：**10倍**  
日常运营更专注高价值策略制定

全站推实现ROI提升：**2-3倍**

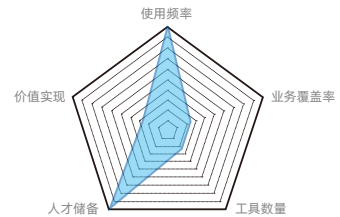
AI融合指数层级评估：**L3级**（深度应用）

案例二·中小商家

# 多吉米新中式首饰



💎 产业带珠宝商家    ¥年销售额：约500万元    客单价：10-50元



## ☆ AI助力商品丰富度10倍提升，小成本测款撬动ROI显著增长

“多吉米”是一家在淘宝经营了20年的老店，主营新中式珠宝。过去，店铺每年向美院学生采购设计稿，全年设计费数十万元，但上新速度慢、市场反馈滞后。2024年下半年，老板开始用AI彻底改变新品创新逻辑：用AI低成本生成海量原创设计，让市场数据筛选爆款，而非押宝少数主观判断的款式——这本质上是一次从“人工选品”到“AI创新+市场验证”的经营范式升级。

AI多模态大模型Qwen与**生意管家AI美工专家**的组合，可实现每日批量生成数百款原创设计。更关键的是，生意管家AI美工专家具备分人群测图能力——能根据不同客群的审美偏好，自动生成匹配的主图方案并分人群定向展示，让“海量生成→精准测款→数据选优”的新品创新闭环成为可能。这意味着，商家不再需要凭经验“赌”哪个款能爆，而是让消费者用真实的点击和购买行为来“投票”。

### 增长路径

- 1 AI快速上新**  
 从过去一年仅能上架100多款，到如今长期在线约1000个SPU，高峰期日均上新6个款，商品丰富度提升近10倍；
- 2 AI素材破局流量渠道**  
 AI生成的原创设计在手淘内推荐渠道“猜你喜欢”获得更多曝光，推动店铺整体流量增长，动销率维持在30%左右；
- 3 AI测款提效**  
 通过大量低成本测款，快速定位潜力爆款，集中资源推广，将有限的营销预算投向确定性更高的商品，ROI显著改善。

### 关键增长数据

可管理SPU数量增长：  
高峰期日均上新6款

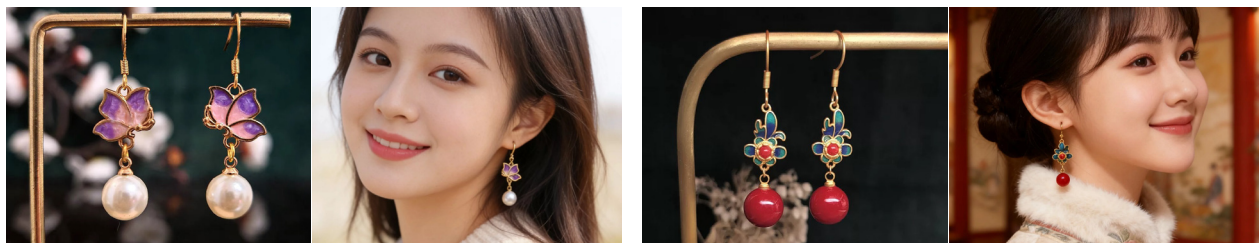
**10倍**

动销率实现：

**30%**

推荐渠道流量贡献显著提升  
低成本获取更多公域流量

AI融合指数层级评估：**L2级**（常规应用）



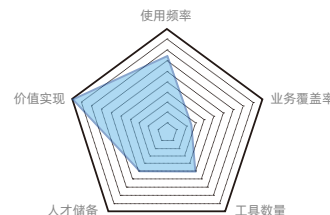
AI生图的两大价值维度：从渠道破局到规模化生产，AI生图对不同体量商家的价值截然不同。对于客单价仅10-50元的多吉米而言，传统拍摄成本远超单品利润，AI生图的核心价值在于让原本“拍不起图”的中小商家首次具备了公域流量获取能力，实现渠道破局。

而对于年销售额亿级的悍途户外这样的成熟品牌，AI生图的价值则在于规模化内容生产与营销推广的效率跃升。

案例三 · 行业头部商家

# 悍途户外鞋类旗舰店

运动户外商家    年销售额：亿元级    客单价：200-400 元



## ☆ AI规模化生图，内容生产与渠道的效率破局

悍途（HUMTTO）作为户外鞋靴知名头部品牌，其淘内主力渠道之一悍途户外鞋类旗舰店保持着每年800到1000个SKU的商品管理规模，为保证产品图片的质量和吸引力，店铺一年至少拍图500套，单套图拍摄成本高达2000元，且涉及拍图、切图、修图等繁琐流程，耗时极长。2025年起，悍途通过全面引入AI生图与全链路管理工具，实现经营效能的跨越式突破。

对于悍途这样经营成熟的大体量商家，AI生图的核心价值在于规模化内容生产的效率革命——这是AI生图的第二大价值维度（第一大价值维度见多吉米案例：帮助低客单价商家突破拍摄成本瓶颈实现渠道破局）。

### 增长路径

- 1 **AI规模化内容生产**  
 品牌利用AI美工专家生图技术，将单套图处理时间从数小时缩短至1小时内。通过AI美工结合多种户外场景测图测款，大幅降低了实拍依赖，每年仅拍摄成本即可节省近百万元。

### 关键增长数据

完成一套产品图：**1小时**  
 单套图处理效率大幅提升

一年节省图片费用：**近100万元**

AI融合指数层级评估：**L2级**（常规应用）

在增收获客方向上，去年双11期间，生意管家的AI营销运营专家累计为商家生成60万次营销设价建议，大幅提升设价效率。AI人群运营基于消费者VOC和购买行为，提供千商千面圈选人群和智能投放策略，人群圈选由8小时缩短至20分钟，帮助商家提升人群转化和生意增长。AI美工专家的商品测图，帮助商家找到最优主图，平均搜索点击率提升20%，支付转化率提升10%。

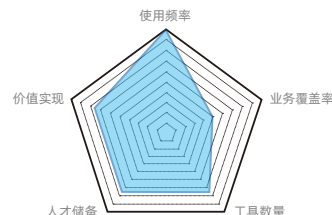
## 2.3 决策参谋，商家的数据大脑

当前白热化的电商竞争中，来自各个渠道的海量数据碎片化涌来，传统依赖经验的决策模式难以追上市场节奏。如今AI通过分析与解读全域数据，能将海量信息转化为可执行的商业洞察，将经营决策从“经验驱动”升级为“AI驱动”。

### 案例一·头部大型品牌

## 老板官方旗舰店 ROBAM老板

☑ 大型厨电品牌    ¥ 年销售额：数亿级    🇨🇳 客单价：2000-5000元



### ☆ AI 辅助发现新品机会，连带销量提升20%-50%，客单价提升1倍

老板天猫官方旗舰店作为品牌自营头部店铺，面临多品类管理、海量数据与复杂决策链路挑战。老板电器天猫团队引入淘天集团全新AI生意管家，每日借助AI数据分析师、AI营销专家分析经营数据、洞察商品问题并输出策略，在简化工作的同时获得有效增长方案。团队通过AI商品分析发现，“老板双子星”关键词下单转化率高于“老板”品牌词，随即集中资源打造该系列新品，使新品打爆速度提升2倍；又通过AI店长识别热水器与燃气灶连带购买比例较高，并据此设计型号连带销售和满件折策略。采纳后，双11期间该热水器配套产品连带销量提升20%-50%，客单价由5千元增至近1万元。

### 决策价值

- 1 AI商品洞察发现新品机会**  
 通过AI数据分析师的商品分析功能挖掘高转化率关键词，精准识别市场机会点，集中资源打造新品，新品打爆速度提速2倍；
- 2 AI销售策略驱动客单价翻倍**  
 AI店长自动发现产品连带购买规律，据此设计连带销售及满件折策略，双11期间连带销量提升20%-50%，客单价翻倍增长；
- 3 AI巡店提升管理效率**  
 应用AI店长巡店功能，仅需3分钟即可完成每日原本需要4小时的巡店工作，发货风险下降5%；
- 4 AI营销决策优化投放**  
 基于AI营销运营专家的数据分析，实现促销策划与费用投放的精细化调整，提升整体ROI。

### 关键结果数据

新品打爆速度提升：

**2倍**

双11连带销量提升：

**20%-50%**

客单价提升近1倍

每日巡检时间从4小时缩短至

**3分钟**

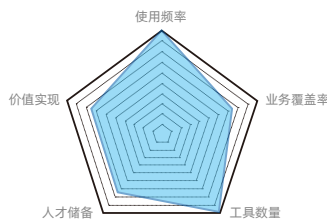
发货风险下降5%

AI融合指数层级评估：**L4级**（融合应用）

案例二 · 头部大型品牌

# 联想官方旗舰店 Lenovo 联想

📍 大型数码3C品牌    💰 销售数据：数十亿级    🧑 客单价：200-20000 元



## ☆ “人海战术” 向 “智能决策” 跨越，建立 “人机协同” 组织体系

联想天猫官方旗舰店是品牌自营的头部店铺。作为标品大店，品牌面临多品类（笔记本电脑、台式机、平板、手机、周边配件等）并行管理、数据量庞大、决策链路复杂的挑战。店铺负责人带领团队，从2024年起系统性引入 **淘天集团全新AI生意管家** 与RPA自动化工具，构建了一套 “AI辅助决策+人机协同执行” 的经营体系。

他们不仅深度使用 **AI店长做每日巡店与经营诊断**，还通过RPA自动化工具覆盖了商务、客服、物流等重复性工作，并在客服端应用AI店小蜜将满意度从60%提升至近90%。同时，团队积极运用AI数字员工完成竞品监控、VOC（客户之声）分析、活动复盘等高阶决策任务。

联想的实践表明，即使是体量庞大的标品大店，也能通过AI与RPA的深度融合，实现从 “人海战术” 到 “智能决策” 的跨越。AI时代的电商决策，比拼的是 “谁更善于用AI释放人力、用数据驱动决策”。

### 决策价值

- 1 AI经营决策效率提升**  
 通过**生意管家AI店长**生成的日报直观看经营分析、哪些品要重点关注，分析效率从30分钟到几分钟即可完成；通过**AI店长**的商品分析功能，1小时搞定之前4小时工作；可实现分钟级生成日报/周报，且按岗位定制推送；
- 2 AI巡店优化库存**  
 通过**生意管家AI店长**的巡店更能及时发现问题，原本需要一个小时，现在只需几分钟，有效挽回5%-10%单量；
- 3 AI智能客服能力跃迁**  
**AI店小蜜**独立解决率与满意度大幅提升，客服团队大促期间可承接每日数万级咨询量，服务响应速度与准确率显著提升，并可深度整合产品信息、营销活动与用户需求，实现主动引导式智能服务；客服满意度提升至金旺旺水平，直接带动店铺综合体验分与转化率；
- 4 AI订单管理自动化**  
 RPA自动化工具覆盖订单拦截、物流沟通、页面巡检等高频场景，商务团队在国补等复杂流程下借助AI矩阵化能力仍能轻松应对；

- 5 AI驱动ROI双位数增长**  
 店长将更多时间投入策略分析、跨部门沟通与新渠道探索；投放团队由全员负责集中至2人，借助AI工作流实现更精细的ROI控制，店长估算AI为去年ROI增长贡献了双位数以上的增幅。

### 关键结果数据

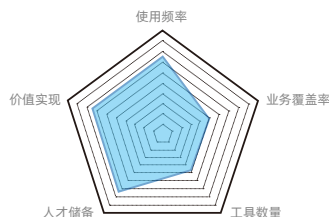
ROI增长：	<b>两位数增长</b>
AI巡店有效挽回单量：	<b>5%-10%</b>
全店商品分析所需时间 从4小时缩短至：	<b>1小时</b>

AI融合指数层级评估：**L4级**（融合应用）

案例三 · 中型商家

# 妮轻 NEARKINS 妮轻

🏠 纺织服饰产业带品牌    ¥年销售额：过亿元    🧑‍💻 客单价：10-200元



## ☆ 告别人工“盯盘”，AI成为店长“决策外脑”，摆脱经验依赖

妮轻2025年启动品牌化转型，新任店长将AI作为“个人决策外脑”。过去写周报需大半天，分析数据靠经验；现在AI每天早晨自动推送核心指标与解读，店长到岗即知生意全貌。尤其值得关注的是，新任店长无需积累多年经验，上岗即可通过生意管家AI店长快速掌握全店经营状况，这正是AI对“经验依赖”的替代价值——让新手也能拥有资深运营的决策视野。

### 决策价值

- 1 AI决策时效飞跃**  
 生意管家AI店长每日自动推送访客、转化、费比等指标并提供初步解读，周报生成从半天缩短至几分钟，决策周期从“事后复盘”转向“当日调整”，销售额同比增长30%
- 2 AI投放决策自动化**  
 使用生意管家AI营销专家设定ROI目标后，系统即可24小时自动监控计划并实时调价，告别人工“盯盘”式决策，投放转化率提升2个百分点；
- 3 AI客服策略优化**  
 AI分析售前咨询热点，识别高频问题，反哺商品详情页优化，减少重复咨询。

### 关键结果数据



AI融合指数层级评估：**L2级**（常规应用）



在智能决策方向上，去年双11期间，生意管家的AI店长帮助商家把复杂任务变简单，**累计为商家生成500万条大促经营策略，效率平均提升1.5倍**。生意管家的AI数据分析师能够覆盖中小商家**90%核心分析场景**，大幅提升分析和决策效率。

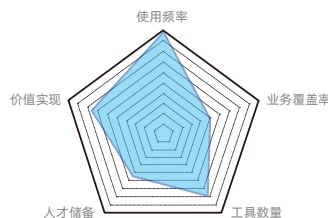
## 2.4 极致提效，释放经营生产力

AI应用正在直击商家经营中的效率瓶颈，彻底改变经营结构。AI在商品洞察、营销决策、客服体验、美工设计等环节的能力迭代，让商家得以将重复性、标准化的执行类工作交由AI完成，释放出的人力和资金投入更具创造性的品牌经营中。

### 案例一·成长型中小商家

**纳艾森** 

🏠 家居商家    ¥年销售额：约1000万元    🧑‍🎓 客单价：20-200元



### ☆ AI重构设计与运营流程，探索“数字员工”经营新形态

纳艾森老板彭总是计算机背景，对技术敏感。2025年起系统性将AI融入经营全链路。他的核心逻辑是：用AI把“人”从重复劳动中解放出来，让一个员工干过去几个人的活。在彭总看来，**淘天集团全新AI生意管家就像一位拥有五年经验的成熟电商运营专家**，能够帮助他自动完成巡店，商品列表页、商品流量来源页、竞品流失页、店铺真实体验分展示页等多个页面都能直接呈现店铺运营情况，便于快速优化调整。“获得详细的数据诊断和经营建议。”

### 提效路径

- 1 AI重构设计流程**  
 设计流程从“3D建模+手动渲染”变为“3D建模+AI生成场景”，一个设计人员周产出从1套增至3套，设计团队从3人缩减至1人（人力缩减67%），设计人效提升200%；
- 2 AI分钟级巡店**  
 之前巡店要1-2小时，现在3分钟内快速获取全店经营状况，相当于一位拥有五年经验的成熟电商运营专家；
- 3 AI智能客服提升服务体验**  
 深度使用**AI店小蜜**，人工介入率降至约50%，客服响应速度和服务质量显著提升；

- 4 AI运营周报**  
 生意管家将原本需大半天的周报撰写压缩至分钟级，运营加班时长减少90%以上。

### 关键提效数据

设计人效提升：**200%**

巡店时长：**3分钟**  
原本需要1-2小时

AI融合指数层级评估：**L4级**（融合应用）

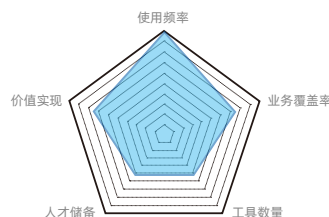
更关键的是，纳艾森已不满足于将AI作为“工具”，而是开始探索“数字员工”体系——将AI升级为可自主执行任务、可长期记忆、可跨系统协同的数字员工团队。彭总已在尝试将自建数据库接入淘天集团全新AI生意管家，实现数据的自动清洗、分析与预测，并计划将财务、数据分析、部分设计工作交给“数字员工”，搭建企业级知识库供全团队调用。在他看来，未来的公司组织将由“人工+AI工具”进化为“人工指挥官+AI数字员工集群”的协同模式。

案例二 · 中大型商家

# 蔓斯菲尔

M.S.Feel  
蔓斯菲尔

🏠 家居商家    ¥年销售额：过亿元    🧑‍🎓 客单价：300-1000元



## ☆ AI重构设计范式与服务流程，释放组织生产力

蔓斯菲尔作为一家中大型家居商家，经营超20个细分品类，SPU过千个，体量庞大。过去一套产品详情页从3D建模到美工精修需一周时间，单套成本是现在的3倍多。如今，他们用AI重构设计流程，使用**AI美工专家**（包括淘天生意管家、第三方AI工具）将“重人力”的环节大量减负，并通过**AI店小蜜**重构服务流程。在家居行业，这是应对未来日益激烈竞争的一条高效路径。

### 提效路径

- 1 AI设计提效**  
 将“3D建模+美工精修”简化为“3D建模+AI生成场景+模板套用”，省去美工精修环节，单套详情页成本大幅下降。3D建模保留但效率提升，整体设计人力成本节约70%左右；
- 2 AI客服提升服务效率与体验**  
**AI店小蜜**承接售前咨询，通过知识库挂载让AI调用产品规格、安装指南等资料，自动化处理尺寸咨询、材质对比、安装方式等高频问题，售前咨询自动化率达80%，客服人力需求明显减少，消费者等待时间大幅缩短，服务体验显著提升。

### 关键提效数据



AI融合指数层级评估：**L3级**（深度应用）

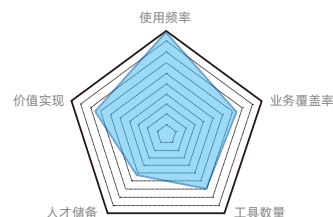


案例三 · 行业头部商家

珀莱雅

PROYA  
珀莱雅

美妆行业商家    年销售额：百亿级    客单价：200元-300元左右



☆ 建立行业首个智能售后体系，AI驱动服务体验跨越式升级

珀莱雅作为天猫美妆行业TOP品牌，始终致力于通过AI能力建设提升服务品质。作为美妆行业首个与淘天AI店小蜜共建智能售后体系的商家，珀莱雅在2025年双11期间，通过深度的全链路自动化改造，实现了用户体验的显著提升与服务效率的跨越式增长。

提效路径

- 1 AI客服提升服务效率与体验**  
上线催发货、修改地址、退换货、退定金等7大高频交易场景，消费者无需转接人工，即可通过AI自助处理，问题解决更快，体验更好，同时极大释放了人工客服压力；
- 2 AI售后实现50%以上自动化**  
珀莱雅基于内部已搭建的人工工单流转流程，在“催物流”及“分包少件”“补发”等12个客服场景深度试点自动化建设。目前售后自动化解决能力已突破50%以上，实现了复杂问题的智能化处理；
- 3 AI服务链路深度优化**  
消费者求助客服的路径从平均8步缩短至3步，处理时长缩短70%。在双11高峰期，这种高效流转模式让服务成本降低45%以上，用户满意度跃升至行业TOP3。

关键提效数据

售后自动化程度达到50%以上

2025年双11期间，  
售后转人工率同比下降

**31%**

客服处理时长降低：

**70%**

服务成本降低：

用户满意度跃升至行业TOP3

**45%**

AI融合指数层级评估：**L3级**（深度应用）

在极致提效方向上，去年双11期间，AI客服助理为商家提供售前辅助接待和售中后工具代理，每天助力200万商家简化30%工作量。AI店小蜜已有400多万家商家投入日常经营使用，覆盖40亿+咨询用户数，给商家的接待转化率提升35%。从订单处理到打印发货，通过AI订单助理，商家发货效率提升30%，帮助50万商家降本超过10亿。生意管家的AI美工专家累计生成1.5亿素材，素材制作成本大幅降低90%，帮助商品点击率提升10%，提升商家内容产出效率。

这些真实的商家故事与数据证明，AI电商不是未来，而是正在发生的、由先行者书写的现在。成功案例的路径为商家提供了清晰的路标。

# 03

## 第三章

# 全链路解析， 商家AI的应用潜力

本章节我们聚焦AI在电商经营全链路的深度融合与实际效能，解析商家AI应用的核心场景、投入产出关系与价值体感，揭示不同规模商家的AI投入、智能应用分层趋势与增长红利路径。在此基础上，我们也将进一步展现淘天AI作为电商平台代表的AI基建从工具到智能化、最终迈向“AI+伙伴”时代的跨越式演进。



## 3.1 全链路赋能，AI再造电商经营各个环节

### ● AI应用的核心场景与实战经营效果

当下，AI正从轻量化赋能走向实际经营中的深度融合，完成对商家全链路的系统性改造，推动电商经营模式向高效智能的新范式迭代，甚至催生出OPC（One Person Company，一人公司）的极致经营形态。

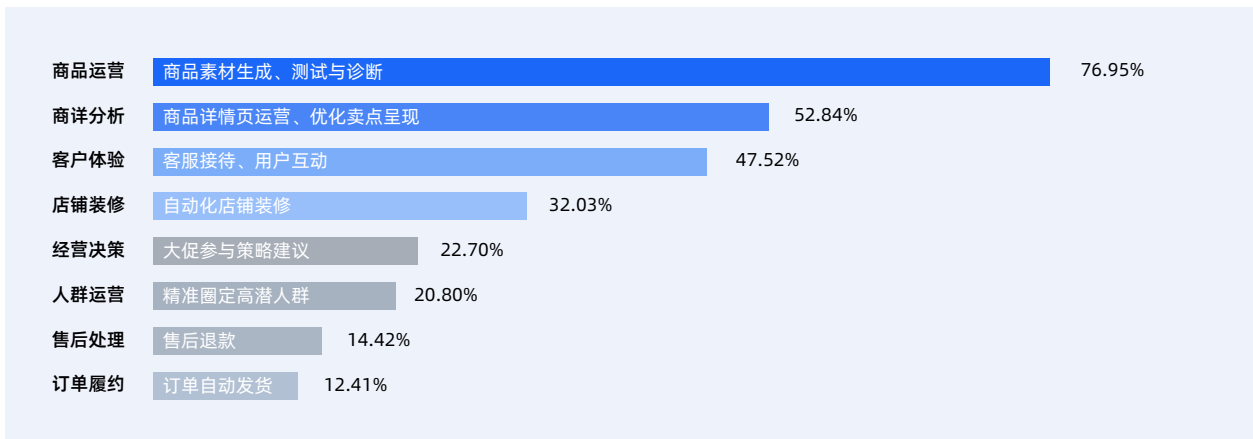
为考察AI在实际经营中的效果，本白皮书从多维度对商家群体做出调研。

**首先，在店铺运营与商品运营端，AI正在成为商家的“经营大脑”。**“商品详情页运营”“AI投流规划”“店铺装修”“智能巡检”已成为商家高频应用的AI能力。AI驱动的投流规划系统能够基于实时市场数据与店铺历史表现，动态调整预算分配与渠道策略，提高广告投放ROI，并大幅降低人工分析与试错成本。淘天全新AI生意管家相关负责人提到，目前**AI店长**的巡检功能实现了对商品信息、价格、库存及客户评价的24小时自动化监控与预警，将潜在运营风险的平均发现与处理时间从数小时压缩至分钟级，在618、双11等关键大促节点，尤其能帮助商家快速发现潜在问题，提升生意管理与复盘效率。

**其次，AI构建了“生图—测图—优化”的完整闭环，显著提升了商品创新的效率与质量。**高达76.95%的参与调研商家已应用AI素材生成能力。但值得强调的是，生图只是这一闭环的起点，真正的核心价值在于AI智能测图与数据驱动的素材优化。以**生意管家AI美工专家**为例，AI生图可将单张商品图的制作成本大幅降低，且支持白底图、场景图等多类型图像生成，日均免费额度可满足中小商家基础需求，更多的生图需求价格平均到每张仅为几毛钱。更关键的是，**AI美工专家的智能测图能力**可通过对AI生成素材实时检测点击率、转化率等核心指标，快速筛选最优素材并指导后续商品内容推进方向，减少人工筛选与试错成本，实现“生图—测图—优化”的闭环提效。这意味着，AI不仅帮商家“做图”，更帮商家“选图”和“用好图”。

**第三，在数据分析与经营诊断端，AI正在替代传统的“人工盯盘”模式。**AI相比人工，在关键词设置、广告投放资源配置等场景中，可以更加理性地分析数据并策划给出有效应对策略，供经营者应用和参考。同时，AI可实现7×24小时不间断的实时监测，相较于人工巡检，其数据反馈更为及时，监测频率和响应效率也得到显著提升。**AI数据分析师**能够自动生成经营日报、周报，实时追踪核心指标变化，让商家到岗即知生意全貌。

**第四，在客服与用户服务端，AI正在提升消费者的服务体验。**在AI加持下，客服人员可服务的消费者数量实现数倍提升，**AI店小蜜**不仅能处理标准化咨询，更能结合产品信息与营销活动为消费者提供个性化推荐，消费者求助路径更短、问题解决更快、服务体验更好。

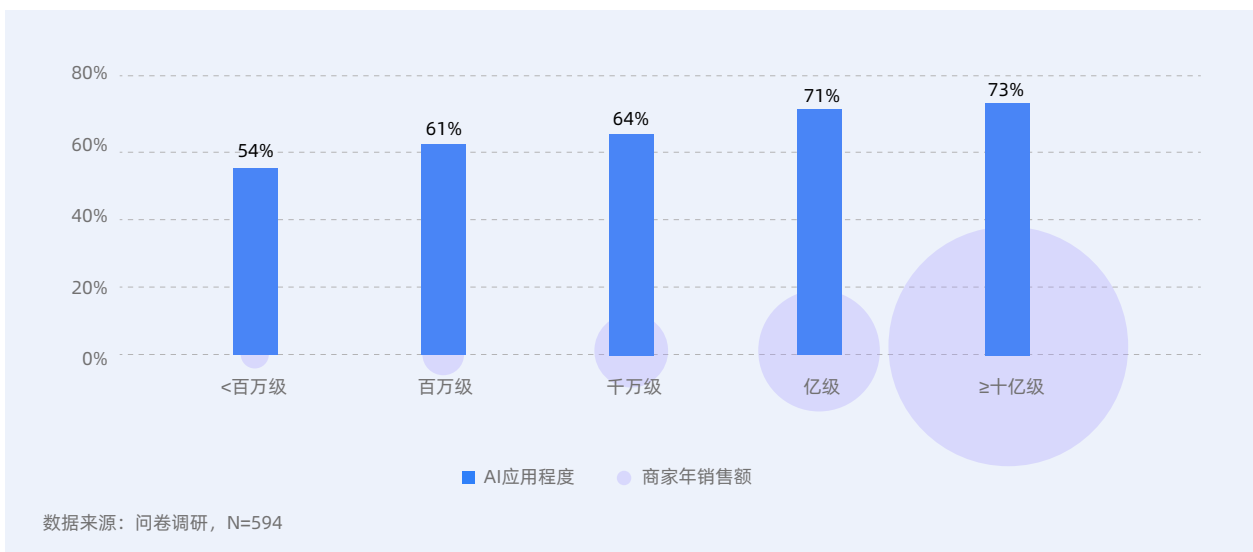


目前你店铺的电商运营中，最高频和核心的AI应用场景是？（问卷多选题，N=846）

从实战效果来看，本次调查中约46.5%的商家已实际感受到AI应用带来的核心经营指标提升的效果，主要改善指标集中在转化率提升、客服工作时长缩短、减少素材制作成本等。

### AI应用深度与经营收益关系模型

在本次调研中我们发现，AI应用深度与经营规模呈现显著的正相关，年销售规模体量越大的商家，其AI应用程度越高，年销售额亿级商家中有71%的商家已经应用AI，年销售额十亿级及以上的商家应用AI占比更高达73%。



不同年销售额商家的AI应用程度

不同年销售额经营规模层级商家当前AI应用场景组合选择偏好存在差异：小商家更喜欢应用素材生成、详情页运营、店铺装修助手等基础功能，大商家对AI应用呈现进阶趋势，除基础功能外，AI客服接待、人群运营、订单履约助手、售后退款助理应用偏好更高，利用AI对运营提效的偏好更加显著。



不同年销售额商家对于AI工具核心应用场景热力图

从热力图中，我们可以看到年销额百万级以下的小型商家利用AI美工专家、店铺“装修助手”作为“生产力补位”，解决视觉内容团队人力短板、提升内容输出的专业度。与此同时，对于年销额百万级以上的中大型商家而言，对品牌调性与视觉规范有着更为严格的要求，当前AI在风格一致性、细节还原度、品牌元素精准度上仍难以完全满足其严苛要求，这也是AIGC未来的发展空间所在，即朝着品牌化、规范化、高定制化方向升级，以适配商家对视觉更高阶的内容需求。

从年销额千万级至亿级大型商家中热度较高的应用来看，其更偏向于效率驱动的“流程优化”的应用，如“大促助理”“订单履约”和“售后退换”上的应用显著提升。

随着生意规模扩大，业务复杂度呈指数级增长，此类商家的核心痛点转向了“为高频重复性工作的减负”。比如，在大促期间的流量爆发、海量订单的处理以及标准化的售后咨询等场景中，AI成为实现降本提效的组织优化利器。

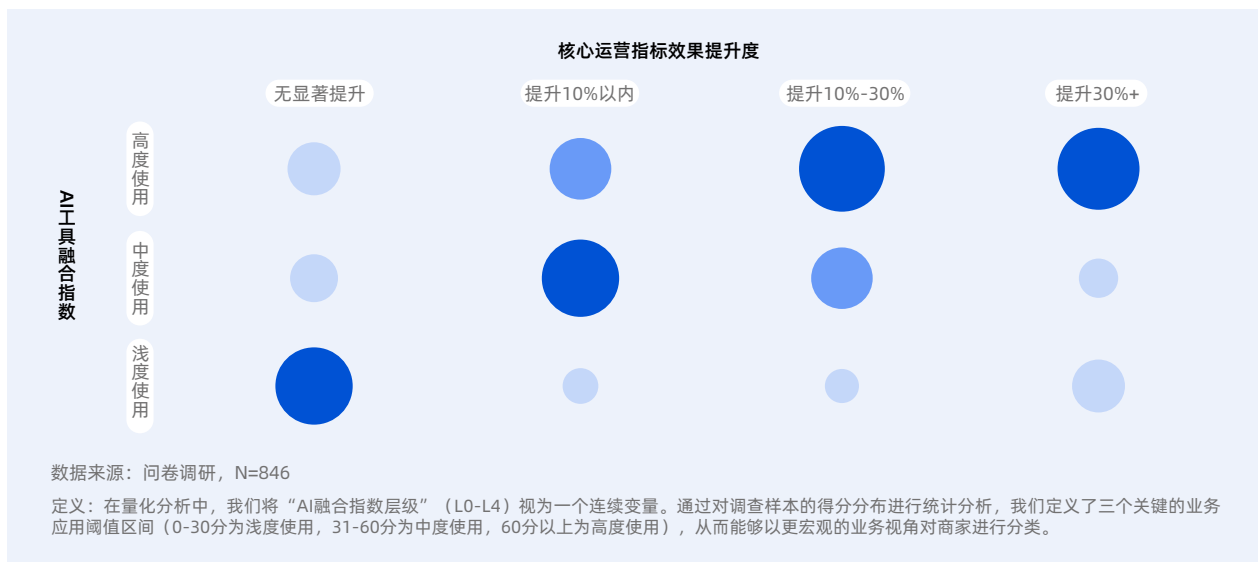
而对于年销额十亿级及以上行业头部商家，其在“客服接待”“人群运营”等AI功能上表现出高应用深度，对于这一类商家而言，触达精准人群并在精细化运营驱动下建立更智慧的“经营大脑”更为关键，其核心目标不再是基础产出，而是在市场中维持品牌服务标准并持续实现精准转化。

由此我们可以得出一个关键判断：当商家年销售额跨过千万级门槛后，AI的核心价值将从“执行提效”转向“决策赋能”。随着经营规模扩大，商家面临的数据分析量、决策复杂度呈指数级增长，传统依赖个人经验的决策模式已无法支撑精细化运营的需求。此时，AI店长的经营诊断、AI数据分析师的数据洞察等AI决策能力，将成为这一层级商家不可或缺的“经营大脑”。换言之，AI不仅是帮商家“干活”的工具，更是帮商家“做对决策”的战略伙伴。

基于投入产出视角分析，对于AI投入成本与经营效果提升也呈正相关性。每月AI投入越多，商家经营效果提升度越显著，每月投入0元-500元，实现10%以内的经营效果提升，表现最为显著；每月投入500

元-2000元，提升效果10%-30%相关性最明显；每月投入2000元以上，其经营效果提升30%以上相关性最为明显。

“AI融合指数层级”与商家经营效果提升呈正相关性，对于AI工具使用频率越高、应用场景越多，其中AI融合指数在60分以上的商家，其核心运营指标显著集中在提升10%-30%甚至30%更高，AI融合指数在30-60分的中度使用商家的经营效果在提升10%以内表现更显著。



● AI融合指数层级vs经营效果提升相关系数（圆点越大越深表示显著性越高）

从AI应用深度与经营收益相关模型可以发现，在当前的技术变革面前，正加速形成基于公司智能化水平的“马太效应”分层。

中小微商家多将AI局限在素材生成、智能客服等单点执行层，而大型商家则将其深度嵌入人群运营、经营策略等系统决策层，通过全链路集成实现主动增效，获得更为显著的增长红利。这种“应用强化产出”的模式，使得AI将成为拉开商家经营差距的战略变量，驱动未来电商格局走向智能化程度的比拼。

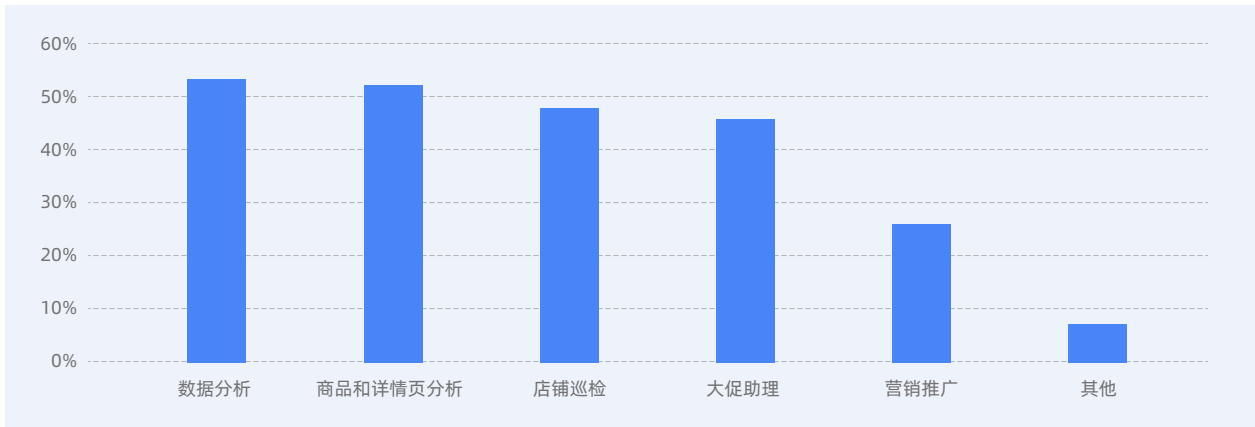
● AI商家价值体感：基于生意增长、智能决策、经营提效三大维度

前文我们分析了商家在用什么AI工具（使用行为），接下来我们进一步探究：商家认为哪些AI工具对自己的经营价值最高？我们分别从**生意增长**、**智能决策**、**经营提效**三个维度，考察了AI工具在实际经营中创造的具体价值。数据显示，AI的价值在商家端呈现出“增长与提效并重，决策辅助逐步深化”的结构特征，但不同场景的价值感知存在明显差异。

从生意增长的维度，能带来增长价值的AI应用中，“商品标题、详情介绍内容生成”以60.52%的比例位居首位，远高于其他选项。这表明，商品素材运营类AI工具在提升商品转化、带动订单增量方面的价值已得到商家广泛验证。紧随其后的是“AI店长帮助诊断经营问题、发现商机”（49.41%），说明AI

在经营洞察层面的能力也开始被商家认可。

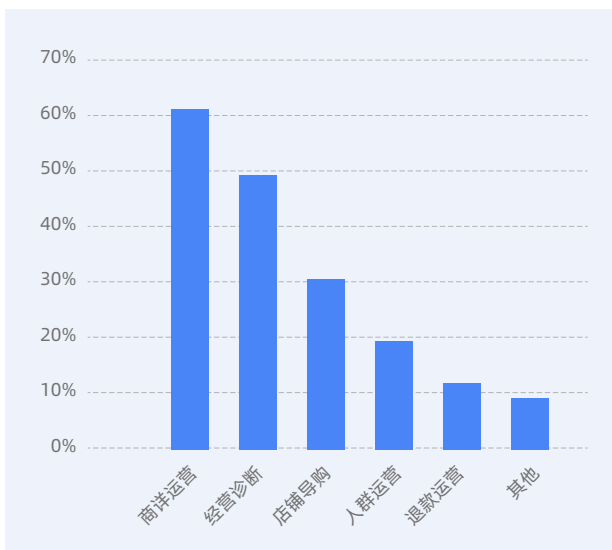
从智能决策维度，最有实际效果的应用在于“数据分析，了解市场机会”（53.31%）和“商品与详情页分析”（52.48%）位居前两位，说明商家最依赖AI进行市场洞察、商品诊断两类高频决策场景。“店铺巡检”（48.11%）和“大促助理”（45.98%）也获得了较高认可，显示出AI在常态化经营管理和节点性营销支持中均有应用空间。



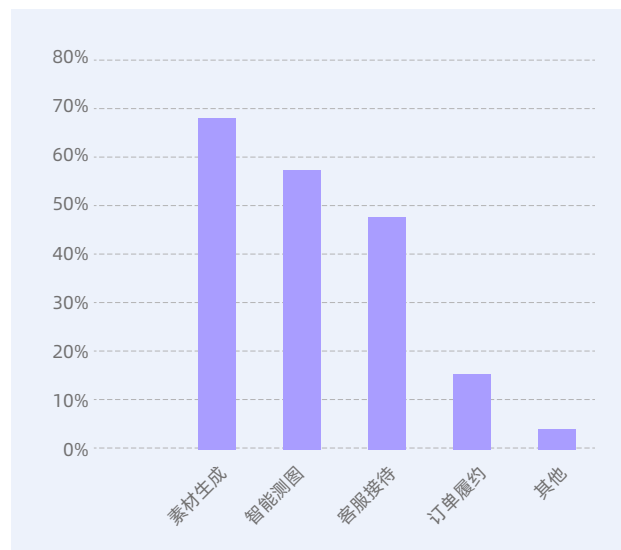
商家看来，对于店铺经营具有实际效果的智能决策应用（多选题 N=864）

从经营提效的维度，“商品内容素材生成”以68.32%的占比成为最被认可的AI能力，其次是“商品智能测图”（57.68%）。这两项本质上都属于“AI替代重复性执行工作、释放人力”的范畴，说明商家最直观的提效感受来自于AI对设计、文案、图片制作等标准化工作的高效承接。

AI店小蜜（47.99%）也占据了较高比例，表明AI智能客服在提升服务响应速度与消费者体验方面的作用已得到广泛认同。

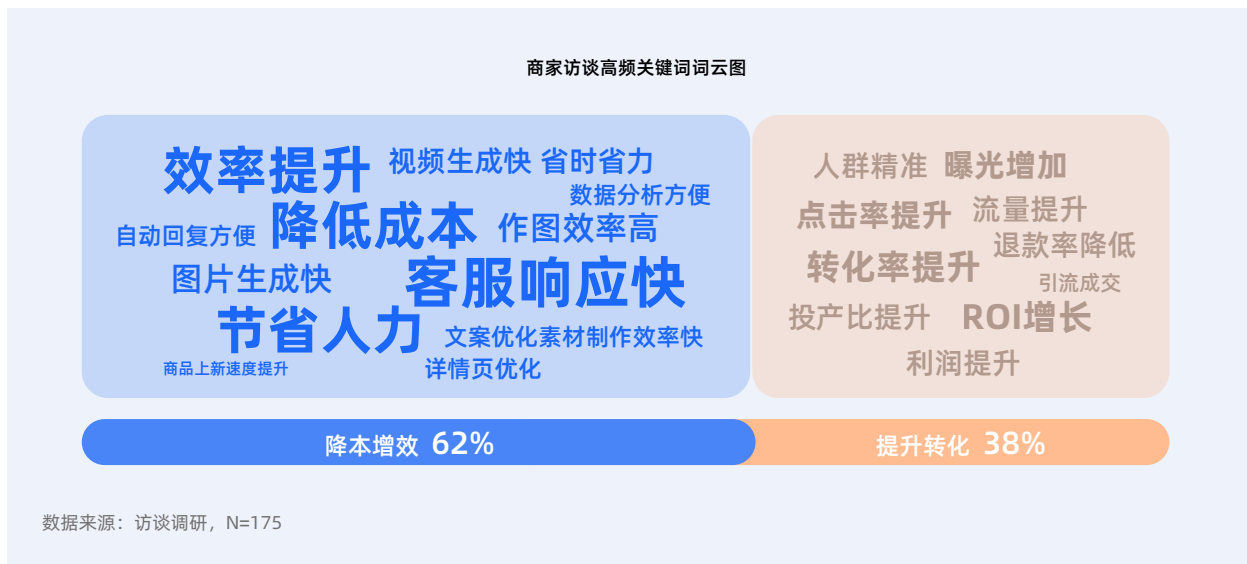


为商家带来实际增长的AI应用



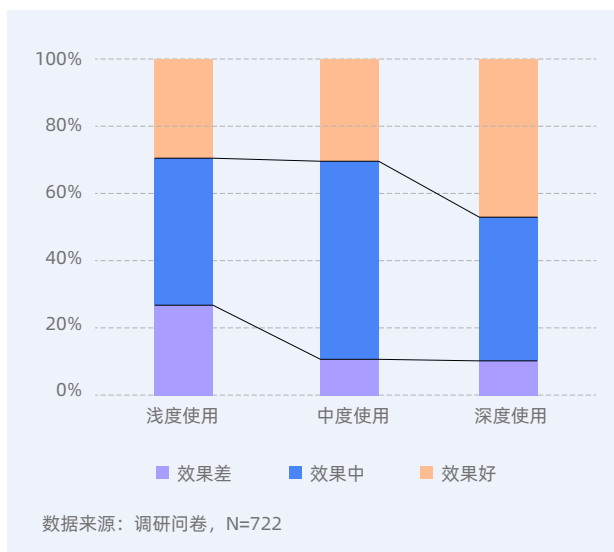
为商家带来实际降本的AI应用

结合上百位商家的深度访谈，我们记录了商家对AI价值评价的高频词。当前电商行业AI应用大多仍处于浅中层应用，62%的商家仍停留在降本增效的基础功能层面，38%的商家认可其提升转化效果，能在经营、后链路转化实现长效增长价值。

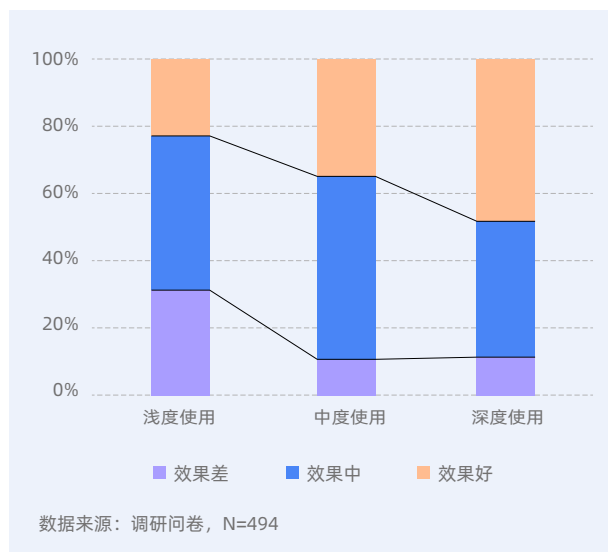


商家对AI工具的价值认可度

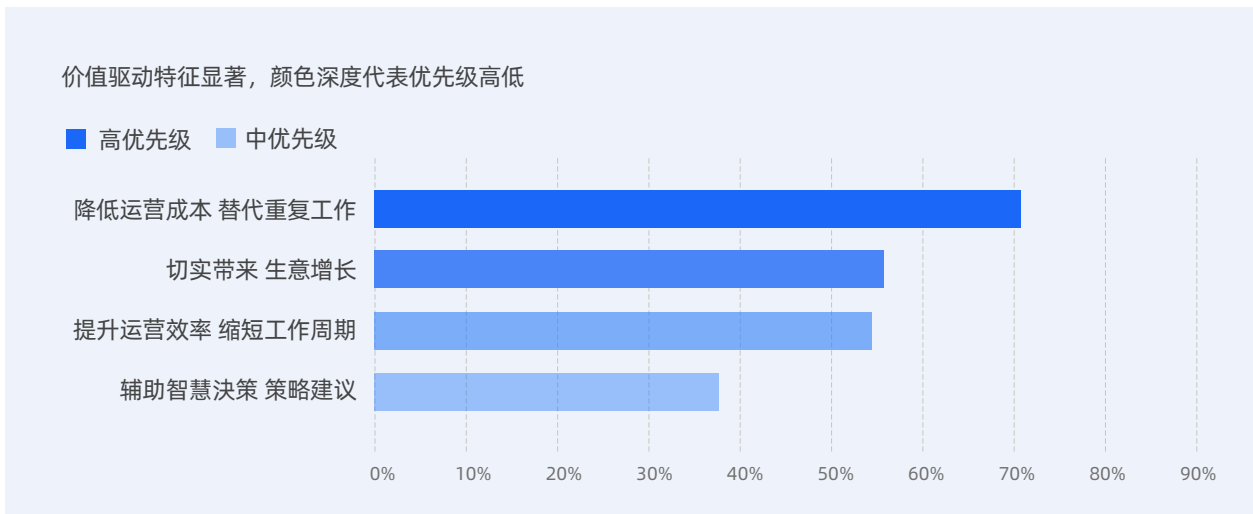
针对数据验证的价值兑现规律，AI应用深度与商家在经营提效、转化提升的效果均呈显著正相关。AI工具应用越深入，商家的经营提效与转化效果就越好，商业回报也越丰厚。



AI工具使用深度与经营提效调研



AI工具使用深度与转化效果调研



商家持续为AI付费的核心价值因素

支撑商家持续为AI工具付费的核心因素呈现明确的“价值驱动”特征：

- **量化的生意增长：**56.26%的商家为“切实带来生意增长”买单。例如，采纳AI建议后优化商品卖点可实现ROI增长、单品销量增长。
- **高阶的决策辅助：**37.71%的商家为“辅助智慧决策”付费，尤其看重AI结合行业趋势与店铺数据提供的策略建议，相当于用较低成本获得“专家级运营”的能力。
- **切实的经营提效：**70.57%的商家将“能承接大量重复性基础工作”列为首要付费动力。商家算的是“投入产出账”，通过AI工具提升效率、释放人力，能直接驱动付费决策。
- **确定的效率提升：**55.44%的商家看重“提升运营效率，缩短工作周期”。数据分析、AI巡店缩短原有工作时间，商家愿意为这种“确定性”的时间解放付费。

综合来看，AI在电商经营中的价值路径已经较为清晰：

在增长侧，以商品素材运营与营销洞察为核心驱动力；

在决策侧，以数据分析与经营诊断为基础能力；

在提效侧，将重复性、标准化的执行类工作交由AI完成，释放人力投入到更具创造性的经营环节。

与此同时，AI能力已经得到大部分商家认可和效果验证，AI融合深度越高的商家，其在增长和经营效率方面的提升效果越显著。

## 3.2 深入应对商家需求，发现AI价值关键坐标

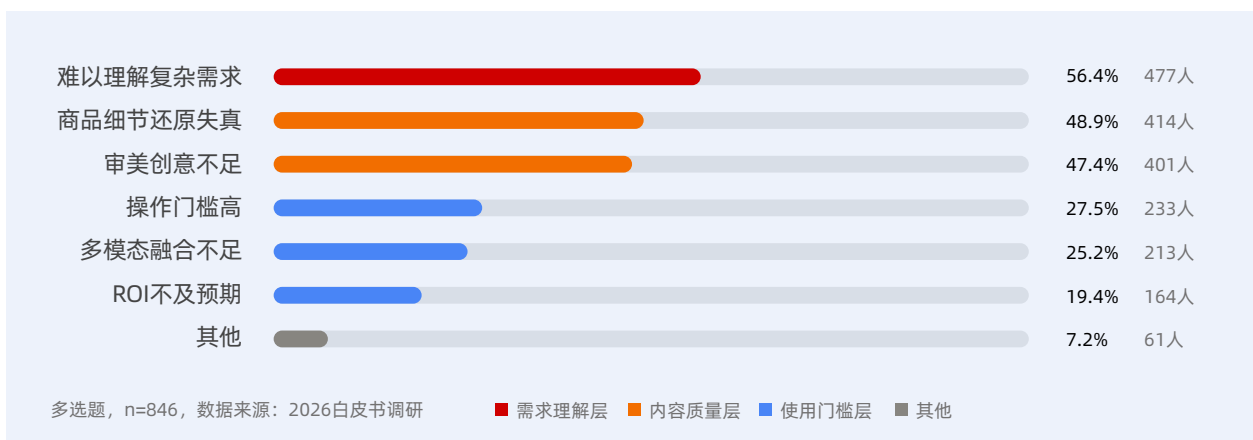
在电商行业迈向深度智能化的当下，平台AI工具与商家需求已演变为一种“共生共长”的协同关系。商家对AI工具的核心诉求已从单纯的“尝鲜”转向对“系统性经营提效”与“确定性生意增长”的深度期待，这反过来也重塑着AI工具的价值坐标与进化方向。

本次白皮书调查在了解商家对于AI使用的实际核心驱动力和付费因素后，我们看到其对AI的关键诉求集中于三大方向：

**方向一：个性化、差异化的AI经营策略与 workflow。** 商家的经营模式千差万别，workflow各不相同。商家使用AI的驱动力主要来自其对于个人工作效率的显著提升（81.0%），其次为适应平台规则（49.7%）和外部竞争压力（43%）的推动。这意味着，AI工具不能是“千人一面”的通用方案，而需要能够适配商家独特的经营节奏和业务逻辑，让每位商家都能构建属于自己的AI经营 workflow。

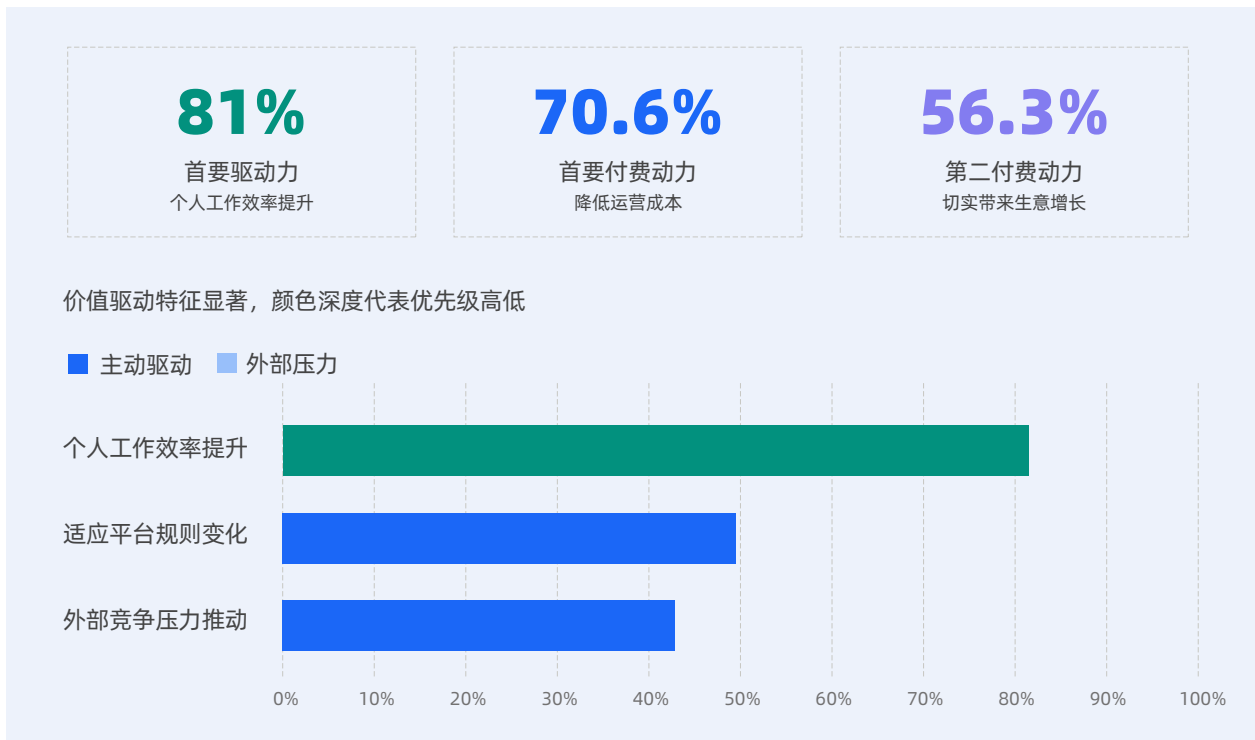
**方向二：场景的“垂直深耕”与“需求定制”。** 商家正从通用型AI工具的浅层应用，转向对具体经营场景与细分行业的深度解构，要求AI必须懂“行规”、通“场景”。这种垂直深耕的本质，是将AI的通用能力转化为贴合业务逻辑的“专属知识”，越是精细化、处理复杂任务的能力越能获得商家的青睐。

比如当前商家应用最多的商品素材生成工具中，在调研中有56.4%的商家表示，与预期最大的偏差在于AI有时难以理解复杂需求，对产品特殊的利益点难以突出强化。从行业应用来看，家装类目商家期待AI有生成3D模型的能力，新中式首饰商家则渴望AI能理解材质特性。这表明通用模型已无法满足细分行业的定制化需求，各类商家在垂直化深耕中，需要平台提供更稳定先进的AI基建，让商家能够快速沉淀和构建属于自己的AI经营能力。



商品素材生成工具使用体验与预期的偏差

**方向三：数据分析的“精准度”与“可执行性”。** 商家希望AI不仅能诊断问题，如判断流量下滑、商品异动等动向，更能给出如调整推广人群、优化商品卖点等具象化操作建议，且数据口径需与生意参谋对齐，减少验证成本。



● 商家使用AI工具的核心驱动力

面对这些诉求，AI工具的价值坐标与功能进化路径已愈发清晰，其核心在于两条路径的协同推进：

**路径一：平台通过提供AI经营基座和丰富的工具生态，降低商家AI化经营的门槛。** 平台将专家经验与技术能力内化为标准化的AI工具和可复用的能力模块，让商家无需具备深厚的技术背景，即可将自身经营经验快速AI化。

**路径二：通过真实经营数据的持续反馈，不断驱动AI工具的可用性和成熟度提升。** 商家在实际经营中产生的数据信号——而非简单的用户反馈——持续滋养AI模型的自我迭代与自我更新能力，让AI工具越用越智能、越用越贴合商家的真实需求。

随着AI使用深度提升，商家对AI未来投入规划呈现积极态势。其中约42%表示会继续维持应用现状，48.9%的商家会加大对AI投入——尝到甜头的商家正在加速布局。本次调研数据显示，超过90%的商家计划维持乃至加大目前对AI的投入，这一数据充分说明AI在电商经营中的价值已得到广泛验证。

## 3.3 从“工具”到“伙伴”，“电商+AI”在业内的跨越式发展

### ● 电商AI应用的跨越式发展

淘天集团商家AI技术负责人透露，平台AI应用数量从三年前不足10个扩容至当前上百个，形态也从单点工具进化为可自主执行的智能体集群，全面覆盖商家经营全链路。如今，以全新生意管家为代表的新一代AI智能体，具备独立“感知-分析-决策-执行”能力，已经朝着一个具备实际执行能力的“实时战略导航系统”快速进化。

这一跃迁背后，是淘天集团商家工具技术团队所做的两层技术体系的支撑——AI Agent 基建平台筑牢底座能力，AI to B商家应用驱动场景落地。

#### 第一层：AI Agent基建平台——让Agent从“能用”走向“持续进化”

传统Agent开发面临三重瓶颈：缺乏自我学习能力、复杂任务执行过程黑盒、工具生态接入成本居高不下。淘天AI基建平台针对性地构建了六大核心技术能力，将Agent研发范式从“人工经验驱动”系统性升级为“数据驱动、评测驱动、训练驱动”的持续进化模式。

**1、打通“数-评-训-用”全生命周期数据闭环，驱动Agent自我学习。**传统Agent优化高度依赖研发人员的主观经验，既难以规模化，也难以持续提升。淘天AI基建平台围绕复杂行动链路，建立了从实时调试、轨迹采集、自动评测、数据筛选、样本沉淀到一键训练优化的完整闭环。这一“数-评-训-用”全链路机制，使Agent的优化不再依赖人工反复调参，而是能够从真实运行数据中持续学习和迭代，显著提升了复杂场景下的效果突破能力，推动垂直业务场景下Agent生产环境执行准确率提升20%以上。

**2、构建高可控可观测执行机制，让复杂推理真正可信赖。**在真实业务中，多步规划、长耗时执行、跨步骤状态传递等问题长期制约着Agent在生产环境中的稳定落地。平台专门构建了面向复杂行动链的可观测、可回放、可干预执行机制，支持推理轨迹细粒度记录、工具调用过程追踪、状态流转管理与异常节点精准定位。这套机制将原本黑盒的Agent执行过程变得透明可控，使复杂任务的排查与调优从“凭感觉”变为“有据可查”，真正使Agent能够稳定承载生产环境中的多步复杂任务。

**3、深度兼容MCP协议，实现传统工具生态的平滑AI化接入。**存量工具生态的接入成本，是Agent规模化落地的重要阻碍之一。平台通过统一抽象、参数标准化、语义封装与协议适配，对存量工具进行AI Friendly改造，显著降低了工具接入和使用门槛，提升了Agent在工具选择、参数理解和执行成功率上的整体表现。与此同时，平台全面支持主流MCP协议，增强了对外部工具生态的兼容性与扩展性，为复杂Agent的规模化落地提供了标准化的接入基础。

**4、沉淀专家级Skill体系，将经验资产化为可复用能力模块。**在复杂场景下，Agent若每次都从零开始规划任务，不仅效率低下，稳定性也难以保证。平台将高频任务模式、复杂问题处理流程、领域知识与最佳实践抽象为可编排、可复用的Skill单元，使Agent在处理典型复杂任务时，能够优先调用经过验证的能力模块完成任务拆解与执行。这一Skill体系将原本分散在专家、研发和算法团队中的隐性经验，转化为平台级的能力资产，既提升了复杂任务的稳定性和一致性，也大幅降低了跨场景拓展的成本。

5、引入全周期上下文感知架构，从单次响应迈向持续服务。长期以来，Agent难以在多轮、跨会话场景中保持上下文连续性，本质上源于缺乏结构化的长期记忆机制。平台建设了统一记忆系统，支持对用户偏好、历史行为、任务状态、交互上下文及有效策略进行结构化存储、动态更新与按需检索。这一能力使Agent能够在多轮、多阶段、跨会话任务中保持更强的上下文连续性和行为一致性，支持更细粒度的个性化服务，为从“一次性响应式Agent”走向“持续服务型Agent”提供了关键能力基础。

6、践行“用Agent构建Agent”，研发基座实现原生Agent化。平台不仅是Agent的运行底座，也在用Agent的方式来构建和优化Agent本身。在原型搭建、链路调试、数据治理、效果优化等多个研发环节，平台提供智能辅助决策与自动化支撑，显著降低了复杂Agent应用的开发门槛。这种自增强、自辅助的Agent化基座形态，让产品同学能够更早介入原型设计，部分商家侧AI产品需求已可直接在平台上完成原型搭建与场景验证，并独立推动功能的持续迭代，整体研发效率提升6倍以上。

目前，AIAgent基建平台已支撑商家、营销、运营、测试等多个核心业务场景，推动数十个生产级Agent跨场景落地，在真实环境中稳定承载日均百万级有效服务调用，充分验证了平台在研发提效、效果提升和规模化落地方面的实际价值。

这一能力体系在技术架构上可抽象为五层：



## 第二层：AI to B商家应用——让经营智能体真正“能干活、干好活”

商家在电商经营过程中，尤其在大促与多任务并行场景下，长期面临客服压力陡增、平台规则快速变化、数据分析需求集中、营销内容生产时效要求高等挑战。传统电商SaaS工具以单点能力建设为主，客服、分析、营销、履约彼此割裂，高度依赖人工串联。基于AI基建底座，**全新生意管家**重构了商家经营全链路的智能协同范式，推动商家经营模式从“分散工具驱动、人工串联执行”向“智能协同、数据驱动、可持续优化”的体系化升级。

**1、从单点工具到全链路多智能体协同，重构商家经营范式。**全新生意管家的核心突破，不是在原有工具上叠加一层模型能力，而是从底层重构了覆盖客服、经营分析、营销执行、知识问答、素材生成、履约自动化等环节的统一Agent体系。原本依赖人工串联的多环节经营流程，被升级为可感知、可决策、可执行、可闭环优化的系统化智能体，真正实现AI从“辅助工具”向“经营代理”的本质升级。

**2、全新生意管家：新一代智能执行框架的五层技术架构。**全新生意管家是面向复杂经营场景构建的新一代智能执行框架，其本质是以大语言模型为核心决策中枢，通过统一编排多类Skill、业务工具与平台服务，实现从任务理解、规划拆解、推理决策到动作执行、结果反馈的端到端闭环。不同于传统SaaS以预定义功能模块和固定操作流程为中心，全新生意管家更强调围绕商家真实经营目标进行动态任务求解——系统能够基于自然语言输入、上下文状态和多源业务信号，对问题进行语义理解与意图识别，进而完成任务分解、执行路径选择、工具调用编排以及中间结果校验，在复杂条件下持续推进任务完成。

### 全新生意管具备五大核心能力与亮点：

- 

**01**  
本地电脑全能操作

其支持商家运用本地电脑操作，并具备数据处理与分析、文档创作与编辑、浏览器自动采集数据等能力。
- 

**02**  
电商技能开箱即用

全新生意管家中内置电商专用技能，可“开箱即用”，如执行店铺巡检分析、商品详情分析及优化、素材制作，营销方案设计等经营任务。
- 

**03**  
快捷自定义技能

支持快捷自定义技能，商家可以录制在千牛后台的操作步骤，AI可以自动模拟创建技能，商家还可以通过对话直接让AI总结创建技能。
- 

**04**  
定时任务自动执行

支持定时任务，它能够支持根据商家设定的时间，自动完成重复任务。
- 

**05**  
长期记忆持续进化

支持长期记忆，它更像是商家管理店铺的一个数字经营伙伴，商家与它的对话用得越多，它越懂如何来辅助商家经营，给出建议也越贴合店铺的实际情况，由此实现AI经营向更主动、更智慧化的方向迭代。

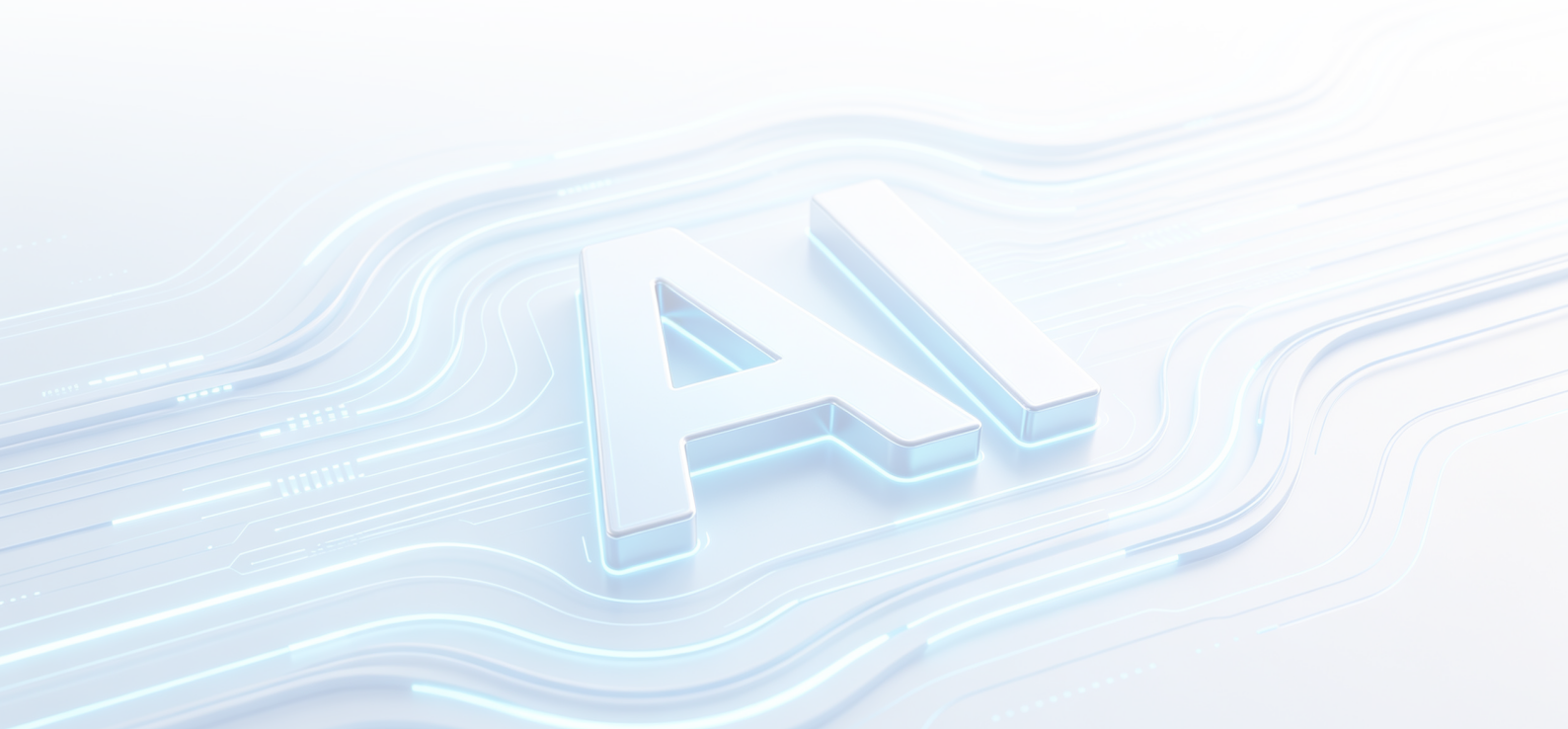
**3、引入强化学习与混合奖励机制，攻坚ToB场景的可信度壁垒。**ToB业务对结果准确性、合规性和可解释性有极高要求，单一的提示词工程远远不够。系统在算法底层跳出传统提示词工程，深度打通端端的强化学习训练。独创的Expert-Planner与ReAct执行器双层架构，赋予了模型接近真实业务专家的分析路径设计与纠偏能力；配合覆盖过程代价、合规要求及产出质量等多维度的组合奖励框架与LLM-as-Judge混合校验机制，确保系统在动态复杂的营销和分析任务中，既能发挥大模型策略生成的灵活性，又能严守业务规则的红线，真正构筑了ToB AI产品落地最核心的可信度与鲁棒性护城河。

**4、构建主动检索与自我演进闭环，彻底打破知识维护瓶颈。**传统知识库更新滞后、人工维护成本高昂，是商家AI应用长期面临的痛点。系统在输入端将被动式的传统RAG升级为包含“检索—阅读—反思—重检索”的DeepSearch主动搜索智能链路，大幅提升了策略建议的时效性、完整性与可追溯力；在演进端，系统能够实时捕捉客服采纳、人工编辑等真实业务交互行为，并将其自动转化为强化学习的反馈信号，形成“生成→使用→反馈→优化”的完整自演进闭环。这一机制使大模型的专业话术与服务能力摆脱了对人工规则的依赖，随着真实业务的持续运转越用越准、越用越智能。客服话术生成采纳率由此达到43.85%，日均被采纳581万次。

**5、高频操作原子化与复杂场景代理化，实现端到端提效增收。**系统将打单履约、工具调用、素材制图等繁杂的高频经营动作彻底原子化，作为标准化工具交由大模型进行智能编排与多步推理执行。在双11等高压大促实战中，系统不仅成功将自然语言转化为零门槛的图像编辑指令，更规模化沉淀了涵盖风险告警、尖货报名等数十个高频自动代理任务，在全局经营链路上彻底打通了“思考-决策-执行”的最后一公里。

淘天AI能力的演变不仅是一段技术升级史，更是一次电商经营范式的重构：从最初的“提效工具”，到会串联任务的“流程管家”，再到拥有多智能体团队的“经营伙伴”，直至最终进化为具备执行能力的“数字员工”军团。

这场由AI驱动的技术革新，正在悄然改写电商的未来边界。



# 04

## 第四章

# 赋能焕新， AI助推行业高质增长

本章将聚焦3C数码、服配箱包、家居家装、美妆个护、食品生鲜等典型行业，深入拆解AI如何突破行业壁垒，将通用能力转化为贴合业务痛点的“专属引擎”。



## 4.1 3C数码行业：打破技术密集型行业的“低效内卷”魔咒

### 行业痛点 产品高度“内卷”，内容投放失焦

3C数码行业是一个典型的标品赛道，SKU数量多，但产品面貌趋向同质化。商家被迫加入参数和价格的“内卷”，却无法借助场景化内容精准触达高潜人群，导致消费者需要花费大量时间进行购买决策，反过来提升了商家的售前咨询和售后服务成本。此外，3C数码成本变化快、库存周转压力大，多个电商平台之间数据割裂，经营分析耗时耗力。

面对这些问题，大量中小商家仍停留在原始阶段，通过堆砌人力逐一处理，错失效率红利。而优秀商家已率先将AI工具能力注入经营全链路，在客户服务、数据整合、内容传播等领域实现系统性提效。

### 行业案例 联想官方旗舰店——AI多角色协同，大幅提升经营效率

#### AI店长的巡店功能 商品管理效率倍增

店铺应用**淘天集团全新AI生意管家**的AI巡店功能进行库存优化，之前需要一个小时，现在只需几分钟，便能及时发现问题，由此成功避免商品缺货影响销售，从而挽回了5%-10%的订单量。

#### AI店长 经营分析实时把脉

店铺通过**全新AI生意管家**生成的日报直观了解当前的经营分析数据、哪些商品需要重点关注，并实时洞察拉新比例，对比行业水平，给出决策优化建议；支持促销策划、费用投放优化，帮助调整经营策略。

#### AI数据分析师 商品高效管理

店铺在**AI数据分析师**的帮助下对千余个SKU进行商品分析，实时追踪新品、爆品、滞销品的状态，自动识别潜力爆款和热度衰退款，并快速分析消费者反馈，智能洞察产品优化方向并给出反馈，1小时搞定之前4小时的工作且质量大幅提升。

#### AI店小蜜 智能客服全新升级

与联想零售全链路技术打通，实现产品从售前到售后商品履约智能回复，还能结合大促、国补等活动场景，为消费者推荐优惠方案、发放赠品促销，支持商品对比辅助消费者选购，为数百万消费者带来了高效、精准、人性化的购物服务体验，获得用户广泛好评。

#### 核心增长数据

日常商品分析时间压缩至原本的四分之一，且质量大幅提升；库存优化仅几分钟即可生成报告（之前需1小时以上），快速反馈可挽回5%-10%的订单量；AI智能客服高效服务数百万消费者，打造更极致的购物体验。

### 行动建议

#### 快速尝试：跑通AI经营的第一个场景

L0-L1 · 浅度应用

商家应定期查看AI数据分析报告，以提升经营效率：

- 批量抓取全网优质内容，总结爆款密码，生成引流图片或种草文案后在私域和社交平台快速测款；
- 实时了解全盘商品所处的生命周期，针对“高曝光低转化”商品，利用**AI美工专家**一键优化主图与详情页，实现从“人找货”到“货匹配人”的供给侧优化。

#### 场景拓展：将AI广泛应用到更多业务环节

L2-L3 · 中度应用

重构智能客服体系：售前AI优先接管，售后“AI+人工”精细服务：

- **AI店小蜜**作为第一响应入口，解决参数查询、库存确认、物流跟踪等标准化咨询，人工客服则聚焦于精细问询等高难度场景；
- 借助RPA自动化工具完成订单拦截、退款审核、物流跟进等环节，实现售后流程自动化；
- 持续收集客户咨询数据反哺AI并形成工作流，提升AI独立解决问题的成功率。

#### 智能决策：让AI进入经营决策核心环节

L3-L4+ · 高度应用

打通多平台数据，建立AI竞品预警机制：

- 引入**AI数据分析师**，主动判别关键数据并推送至决策者，用AI工具对生意情况做诊断、预测，给出可执行建议，让数据成为驱动企业发展的宝贵资产；
- 当核心竞品发起价格战或爆款上新时，系统会自动生成有针对性的营销建议，如定向优惠券或赠品策略等，将被动响应转为主动布局；
- 建立跨平台数据中台，利用AI整合各渠道的销售和库存数据，建立更敏捷的从销售端到供应链的反馈机制。

## 4.2 服配箱包行业：打造专属“选款师”，驱动审美升级和品牌化运营

### 行业痛点 款式驱动下的效率与同质化困局

服配箱包行业的特点是：款式驱动、上新频繁、视觉为王，商家痛点主要集中在产品设计和内容生产环节。传统经营模式下，商家高度依赖人工选款和实拍测款，周期长、成本高，对市场的理解停留在“跟风”和“赌爆款”层面，产品差异度低，不利于构建品牌心智，且对消费者的转化率严重受限。

虽然AI生图解决了部分问题，但大量商家仍停留在轻度使用AI堆砌图片数量的阶段，缺乏数据驱动的测款闭环和品牌化运营能力。而部分优秀商家已率先实现“AI生成—测款—调优”的快反闭环，日均上新数从几十款跃升至百款以上，销售额翻倍增长。

### 行业案例一 比音勒芬官方旗舰店——AI测图测款效率跃升，主推品转化率提升14%~45%

#### AI智能测图测款，突破“经验主义”瓶颈

针对服饰行业主图点击率不确定的痛点，品牌深入应用全新AI生意管家的测图工具。通过小规模灰度测试，实时反馈点击表现，品牌得以从凭感觉定稿转向数据选优，试错周期从原本的一两周缩短至48小时，极大地降低了新品测款成本，上线后支付转化率实现爆发式增长。

#### AI订单履约与售后，应对高退货率难题

面对服饰类目普遍存在的高退货率挑战，品牌引入AI订单助理，订单下发前AI能自动识别异常收货信息并实时预警，降低因物流信息错误导致的退货。同时，AI店小蜜实现了改地址、退差价等高频需求的秒级响应，将人工客服从琐碎事务中解放。

#### 核心增长数据

测图试错周期从1-2周缩短至48小时内，极大降低测试门槛与运营成本，多个主推商品的支付转化率提升达14%-45%。



## 行业案例二 某头部时尚男装品牌——AI驱动新品快反闭环，点击率翻倍，推荐流量增长8倍

该品牌的实践展示了AI在服配行业的核心价值——不是简单的“生图降成本”，而是构建“生成—测款—调优”的新品快反闭环：

<p><b>AI重构内容生产链路</b></p> <p>品牌将AI生图作为核心生产力，仅保留1/3的实拍用于主图，其余2/3的素材（模特上身、场景图、短视频）全部由AI生成。通过AI美工专家“智能穿搭”“模特替换”等功能，将过去表现好的模特照片反复迭代应用于不同产品，延续好素材的生命力，单款拍摄成本从约1000元降至近乎为零。</p>	<p><b>AI建立“生成-测款-调优”快反闭环</b></p> <p>每周上新10-20款，传统从拍摄到修图需1-2周；引入AI后，基础素材准备时间缩短至少10天，为大促抢出宝贵的测款窗口。通过小规模付费推广快速测试AI生成的素材，实时追踪点击率、加购率等数据。实测显示，常规图片点击率为1%-4%，AI优化后的图片点击率最高可达8%以上，实现翻倍增长。基于AIGC提供的规模化内容生产能力，在大促期间推荐流量实现8倍增长。</p>	<p><b>AI解放人力效率提升</b></p> <p>将节省的设计人力转向原创拍摄、品牌调性打造和私域运营。同时借助AI的数据分析能力，每日巡店效率大幅提升。</p>
--	---	--

<p><b>核心增长数据</b></p> <p>测款周期缩短10天，单款素材成本降低90%以上，AI优化素材点击率最高达8%（较常规提升1倍以上），大促推荐流量增长8倍，年AI投入约10万元（其中一半用于图片/视频生成），ROI显著为正。</p>
---

### 行动建议

#### 快速尝试：跑通AI经营的第一个场景 L0-L1 · 浅度应用

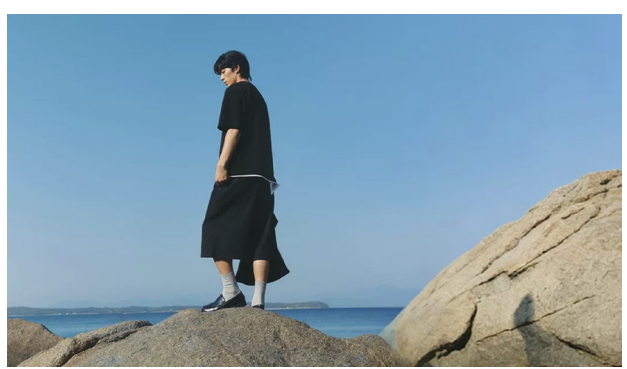
- 订单履约从“被动服务”转向“主动干预”，强化退货管理：
- 部署AI订单助理，在订单下发后的“黄金拦截期”内，自动识别并预警异常收货信息、纠正地址偏差，从源头降低因物流配送问题导致的退货率；
  - 将AI售后退货助理作为店铺的挽单防线，针对消费者的退款申请，通过AI智能识别退款动机（如尺码困惑、犹豫不决等），实时推送个性化穿搭建议、尺码对照表或专属优惠券，有效避免订单流失并提升消费者复购信心。

#### 场景拓展：将AI广泛应用到更多业务环节 L2-L3 · 中度应用

- 数据驱动选款测款，建立“生成-投放-反馈-调优”闭环：
- 新品上架后，通过小规模付费推广进行快速测试，AI实时收集点击率、转化率、收藏加购率等数据，自动标记高潜力商品并加大投放；
  - 基于数据结果淘汰低效款式，让市场数据成为选款的“金标准”，避免主观押注造成生意盲区；
  - 定制Agent能力，自动执行“市场洞察-AI辅助设计-快速测款-数据反馈-架构调优”的正向经营闭环。

#### 智能决策：让AI进入经营决策核心环节 L3-L4+ · 高度应用

- 推动AI与人工各司其职，构建良性品牌生态：
- 避免AI完全取代人工造成内容素材同质化，将节省的设计人力应用于更高质量的原创拍摄、品牌调性打造、私域社群运营等差异化领域；
  - 夯实服务基建，将品牌的核心护城河从内容生产效率拓展至产品力、服务力、品牌力等维度；
  - 将AI引入品牌经营中枢，对组织变革和商业模式创新提出建议，增强品牌经营者的全域视野和精准决策能力。



## 4.3 家居家装行业：提质增效，重塑内容生产和服务链路

### 行业痛点 视觉内容生产复杂，履约链路冗长

家居家装行业标品与非标品混杂、产品风格多元，消费者售前下单高度依赖视觉审美，售后服务需求也更复杂。这使行业商家面临双重挑战：一方面，视觉内容生产链路长，一套产品图从建模到渲染往往需数天、成本数百元；另一方面，履约链路繁琐，消费者购买前需反复比对材质、尺寸等细节，购买后还涉及拆旧、换货、安装等服务，进一步加重商家的内容与服务压力。面对这些问题，许多商家仍受困于传统经营方式，做图依赖实拍或外包，售后缺乏智能化手段。而优秀工厂型品牌已率先用AI重塑视觉内容生产链路，提升设计人效和上新速度，并推动服务链路数字化转型，持续优化用户体验。

### 行业案例 黛世旗舰店——AI助力止跌回升，商品成交增长314%

#### AI建立内容流水线

由于浴帘品类的特殊性，产品图片拍摄对浴室、浴缸、花洒等场景有较高要求，品牌将AI美工专家的生成能力作为高频创作工具，以克服传统拍摄方式成本高且不易变更的缺点。

#### AI快速投放测款

依据产品实拍照片，借助AI文生图、图生图、图生视频等功能快速生成内容素材，并能进行批量新品测款，依托用户点击、下单等数据第一时间洞察潜力款，相较于传统流程，能够多出10天左右时间用于测款和抢占市场。

#### AI客服经营提效

将店铺过往聊天记录投喂给AI店小蜜，让其从辅助性工具升级至自动化全托管，目前店铺70%~80%的问题由AI回复，包括尺寸咨询、售后安装等高频问题。

#### AI定位和诊断经营问题

当品牌转化漏斗断裂、成交额被竞品严重蚕食时，AI店长的经营分析功能诊断发现产品是“有流量、无转化的流量黑洞”，并通过商品分析、竞争分析给出具体优化方向。

#### 核心增长数据

运用AI美工专家每月节约创作成本1万元，“猜你喜欢”流量增长3倍以上；AI介入调整两周后，商品点击率、搜索流量、推荐流量均大幅提升，最终带动成交金额增长314%。

### 行动建议

#### 快速尝试：跑通AI经营的第一个场景

L0-L1 · 浅度应用

建立视觉内容流水线，用AI复制“爆款密码”：

- AI生成与人工设计并行，在保留产品3D模型的基础上，使用AI将其融入轻奢、原木、极简、工业风等不同风格的虚拟场景；
- 推出新品时，设计师只需替换单个产品模型即可快速上架，大幅简化上新流程，抢占市场先机；
- 建立“场景模板库”，保存经过市场验证的爆款场景和元素，将其化为品牌数字资产。

#### 场景拓展：将AI广泛应用到更多业务环节

L2-L3 · 中度应用

将AI嵌入服务履约全链路，提升服务体验：

- 将AI店小蜜延伸至售后层面，通过知识库挂载让其调用安装视频、规格表等资料，解决尺寸、材质、安装方式等方面的标准化咨询；
- 使用AI收集分析退货原因和差评数据，识别安装复杂、物流破损等高频问题，形成归因报告，反哺供应链优化。

#### 智能决策：让AI进入经营决策核心环节

L3-L4+ · 高度应用

构建AI智能导购，从“卖单品”升级为“卖方案”：

- 部署AI智能导购系统，通过多轮问答了解用户户型、预算、风格偏好等信息，为其生成个性化搭配方案；
- 运用模糊语义理解等功能，由AI替用户判断商品适配性并给出建议，有效减少因尺寸不符等问题导致的退货；
- 探索自定义图片生成功能，为用户生成家居虚拟搭配效果，缩短其购买决策周期。

## 4.4 美妆个护行业：人货高效匹配，精准营销撬动爆发式增长

**行业痛点** 用户触达效率低，精准“圈人”难度持续攀升。

美妆个护行业素有“卷王”之称，其典型特征是产品迭代快、渠道多元化，营销费用支出高而用户忠诚度偏低。商家的核心困境是：投入大量预算做推广，却难以精准捕捉用户真实需求，导致资源错配、转化乏力。

确定性成为了美妆个护行业商家的首要追求。以此为目标，头部商家已将AI技术覆盖至前端消费体验和后端产研链路。一方面通过智能体和消费者的深度交互，理解并匹配其潜在消费需求；另一方面以AI构建货品全生命周期智能运营体系，从美妆个护市场的每一波潮流动向中捕获商机。

**行业案例** 某知名美妆店铺——AI优化商品卖点，放大单品销量近10倍

### AI智能化深度分析商品

在前AI时代，单链接分析时间长达1~2小时，人力成本较高；如今单个商品分析耗时仅为3分钟，半小时内可以分析店铺全部商品，覆盖率100%；

### AI巡店提效

通过AI店长将巡店（重点数据整理、每日待办、核心商品异动、竞争分析等）全流程从2小时缩短至3分钟内。

### AI识别用户需求提升转化率

围绕一款含有水杨酸成分的爽肤水产品，AI店长的商品分析功能，结合目标人群需求，建议商家将主打卖点从“祛痘”改为“控油、洁净”，并调整搜索图和详情页素材，迅速提升该商品动销量，使得转化率实现显著提升。

### 核心增长数据

在AI加持下，店铺商品分析效率提升10倍以上，商品运营宽度扩大4倍；单品销量提升近10倍。

## 行动建议

### 快速尝试：跑通AI经营的第一个场景

L0-L1 · 浅度应用

运用AI进行“生意诊断”，实时提效调优：

- 借助全新AI生意管家等AI工具，从流量、转化、搜索词、竞品流失等维度对全店商品进行分析诊断，给出调优建议，加推潜力爆品；
- 运用AI抓取全网流行热点（如热门妆容、护肤趋势），从中分析商机，将AI从单一工具升级为策略助理；
- 应用AI人群运营专家进行人群资产初探：对现有店铺粉丝进行聚类分析，初步划分核心、兴趣及潜在人群。依据人群标签进行小规模投放，实时调优人群漏斗，减少测试成本。

### 场景拓展：将AI广泛应用到更多业务环节

L2-L3 · 中度应用

识别用户动态需求，优化消费决策效率，提升人群转化率：

- 部署AI智能导购系统，在售前阶段收集并分析消费者的意图，为其自动匹配货品，缩短消费决策周期；
- 借助AI人群运营专家深化人群标签，覆盖其圈层偏好、场景需求、人生阶段等信息，实现全周期、全维度的分层人群运营；
- 横向对比不同人群的转化效率，识别高营销价值人群，合理分配营销资源。

### 智能决策：让AI进入经营决策核心环节

L3-L4+ · 高度应用

构建智能运营体系，覆盖货品全生命周期：

- 运用智能选品AI分析品牌货盘，结合当下消费趋势，选出“自带流量”的主推新品；
- 引入AI店长的商品分析功能，智能拆解商品卖点，将美妆个护产品的功能特征转译为更具临场感的情绪价值和场景表达；
- 借助AI划分新品、潜品、爆品，针对产品的不同生命周期构建不同运营思路，达成全局成交爆发，加速库存周转；
- 在营销活动中引入AI人群运营专家，针对不同细分人群自动匹配差异化导购建议与营销利益点，最大化人群转化率。

## 4.5 食品生鲜行业：深度洞察用户需求，跳出“不可能三角”

### 行业痛点 履约效率、需求预测、损耗控制难以兼顾

食品生鲜行业高频复购、非标品属性突出，商家长期受困于履约效率、需求预测与损耗控制的“不可能三角”。用户真实需求分散在海量评价、留言和客服对话中，人工梳理效率低；推广预算有限，精准触达高意向人群困难；库存动销差异大、临期损耗高，传统手工盘点与静态定价难以及时响应市场变化。传统模式下，商家大量精力被消耗在“如何备货、卖给谁、如何控损”的反复平衡中，压缩了用户洞察与经营优化空间。优秀商家则借助AI高效梳理需求、打通数据壁垒，提升市场适应能力，实现穿越周期的增长。

### 行业案例 认养一头牛——全员应用AI，构建数智化服务与产业链闭环

#### AI搭建智能协同客服体系

依托Qwen大模型的AI能力，构建“AI导购+人工”协同服务模式，AI导购实现7×24小时自动响应订单咨询、产品信息等标准化问题。同步打造营养师、店长双IP服务体系，营养师科普饮奶知识、产品个性化推荐；店长负责售后与定向咨询，形成高效服务闭环体系。

#### AI驱动产品与服务迭代

运用全新AI生意管家的数据分析功能，自动抓取、解析用户评价、留言、咨询记录等海量数据，精准提炼用户消费场景、口味偏好、体验痛点等关键信号，为产品配方升级、服务流程改进提供依据。

#### AI提升养牛效率

在牧场端应用数智化管理系统，覆盖牛群存栏监测、健康预警、保健计划及全生命周期追踪。鼓励员工借助AI工具解决业务痛点，如一位00后牧场员工，通过自学编写Python程序自动分析高峰奶量数据，将处理效率从“20分钟5000条”提升至“2分钟90万条”，该AI程序已被应用至旗下10座奶牛牧场。

#### 核心增长数据

AI客服实现24小时基础咨询实时响应；牧场高峰奶量数据分析效率提升1800倍；用户洞察从人工抽样转为全量覆盖，产品迭代周期显著缩短。

### 行动建议

#### 快速尝试：跑通AI经营的第一个场景

L0-L1 · 浅度应用

加强分层人群运营，提升投放效率：

- 使用AI人群运营专家分析高购买力人群特征，洞察其圈层偏好、场景需求等，便于高效分配营销资源；
- 标记出“高流量低转化”等异常人群，据此进行定向测试和调优；
- 在人群分层运营中，将对应人群的特征、素材风格、投放渠道等资料归档，形成可复用的投放策略模板。

#### 场景拓展：将AI广泛应用到更多业务环节

L2-L3 · 中度应用

穿透用户真实需求，反哺产品迭代：

- 将客服聊天记录、商品评价、售后留言、社交媒体提及等数据统一接入AI分析平台，自动归类高频关键词与情绪倾向；
- 利用AI提取用户未被满足的需求点，输出改进和优化建议，将洞察反哺产品迭代；
- 构建用户画像标签体系：基于AI分析的用户行为与反馈，为高频复购用户打上“标签”，用于后续精准推荐与个性化服务。

#### 智能决策：让AI进入经营决策核心环节

L3-L4+ · 高度应用

打通数据壁垒，优化仓储管理逻辑：

- 定制仓储管理Agent，将各区域或前置仓的SKU级动销数据实时同步给AI，设置安全库存阈值与补货触发规则，根据各仓动销差异输出调拨方案；
- 针对短保商品设置“效期阶梯折扣”，由AI自动识别并触发不同折扣策略；
- 打通“采购-仓储-营销-履约”各个环节的数据，据此确定未来的生产和采购数量，将产品库存维持在健康水平。

# 05

## 第五章

# 电商AI的 未来发展与趋势展望



## 5.1 “AI+电商”未来新图景：以AI应用为核心的“新经营时代”

展望未来，一场更为深刻的变革正在酝酿——以AI全新应用为核心的“新经营时代”即将到来。这不仅是工具的迭代，更是经营范式的深度重构。本次调研数据显示，88%的商家都计划维持乃至加大目前对AI的投入。展望未来，我们前瞻了四大关键趋势：

### 趋势一：商家经营开启AI托管模式

未来的商家组织形态，将与今天截然不同。以类Claw应用为代表的新一代AI应用正成为解放人力的核心引擎，它通过重塑人机交互界面，将商家从繁琐的数据分析、重复任务操作中解脱出来，使其能够将核心精力投入到经营策略的判断与产品创新的迭代中。

在未来，商家不再需要亲力亲为地作图、客服、投流，而是通过Agent直接调度生态间打通的各种工具，实现一体化经营。多个Agent各司其职、协同作战：内容生成Agent负责商品详情页与营销素材的自动化生产，投放Agent实时优化广告策略，客服Agent处理多轮对话与售后问题，数据分析Agent则持续监控经营指标，主动预警风险并提出优化建议。

这一模式的底层逻辑，是能力模块化、交互极简化和决策自主智能化的深度融合。在AI生态下，类Claw应用通过集成专属Skills，像拼积木一样自主搭建专属经营套件，将行业经验封装为标准化、可复用的能力单元。这种结构带来的价值，体现在三个层面：

**技术普惠：**类Claw应用的持续迭代让AI使用门槛进一步降低，AI应用能力的下沉，让技术红利真正惠及中小商家。这意味着，一个年销售额不足百万的小店，也能以每月数百元的成本，拥有过去只有头部商家才能负担的“专业运营团队”。技术的平权，正在消解规模带来的天然优势。

**从效率到效果：**AI应用的普及推动商家从“效率思维”转向“效果思维”——不再仅仅追求单位时间产出最大化，而是围绕ROI、转化率、客户生命周期价值等业务结果的全局优化。AI构建的不仅是一支7×24小时工作的“数智团队”，更是一个面向最终经营结果，不断自我学习、反思与迭代的**全新AI生意管家**，它具备目标驱动的自主决策能力，能帮助商家将每一份投入都指向可量化的商业增长。

**可规模复制：**类Claw应用让经营经验实现代码化、可迁移。一套被验证成功的经营策略，可以被快速复制多个店铺、多个品类，甚至多个平台，对于多店铺、多渠道运营的商家而言，这不仅是效率的提升，更是战略能力的跃迁。

### 趋势二：商家个性化经验沉淀为AI经营资产

这是AI+电商时代一个具有里程碑意义的趋势。商家在日常经营中积累的数据、策略、决策逻辑，将通过AI的长期记忆与持续学习能力，真正沉淀为商家自己的AI经营资产。

过去，经营经验存在于创始人的脑海中、存在于老员工的操作习惯里，一旦人员流动便可能流失。而在AI+伙伴时代，**全新AI生意管家**通过长期记忆机制，能够将商家的经营偏好、历史决策、成功策略结构

化存储，形成专属于每位商家的“AI经营大脑”。这是第一次，过去所有的经营数据真正成为了商家的智慧资产——它不会因人员变动而流失，反而会随着经营的持续运转不断沉淀、不断增值。

### 趋势三：AI自迭代加速，经营智能体越用越聪明

AI经营智能体将具备越来越强的自我迭代能力，且迭代速度将持续加快。传统软件工具的升级依赖版本发布，周期以月甚至季度计；而AI经营智能体的进化是实时的——每一次商家的操作、每一条经营数据的反馈、每一个决策的结果验证，都在驱动AI模型的自我优化。全新AI生意管家已经实现了“生成→使用→反馈→优化”的完整自演进闭环，客服话术生成采纳率达到43.85%，日均被采纳581万次——这正是AI自迭代能力的有力证明。

未来，商家使用AI的时间越长、场景越丰富，AI给出的建议就越精准、越贴合商家的实际经营状况。这种“越用越聪明”的特性，将成为AI经营工具区别于传统SaaS的核心竞争力。

### 趋势四：平台提供更强AI基建能力，商家AI经营进入“基座+生态”时代

平台AI基建能力的持续升级。正如3.3节所述，淘天集团已构建起“AI Agent基建平台+AI to B商家应用商家应用”的双层技术体系。但这仅仅是开始。未来的平台AI基建，将从“提供现成工具”进化为“提供开放基座”——让商家能够在平台提供的稳定、先进的AI基建之上，快速沉淀和构建自己的AI经营能力。这一进化方向体现在三个关键维度：当平台的AI基建足够强大、足够开放，商家就能在上面像“搭积木”一样快速构建自己的AI经营体系。这不仅降低了商家AI化经营的门槛，更让每一位商家——无论规模大小——都有机会拥有属于自己的“AI经营大脑”。

当这四大趋势交汇融合，一个全新的电商经营图景正在浮现：商家开启AI托管模式，将日常经营交由AI数字员工团队执行；经营智慧通过AI持续沉淀为可复用的数字资产；AI系统在真实经营数据中不断自我进化；而平台则提供坚实的AI基建底座，支撑这一切的高效运转。在这个新经营时代，商家的核心竞争力将从“谁的团队更大、谁的预算更多”，转向“谁更善于驾驭AI、谁的经营智慧沉淀更深、谁的AI迭代速度更快”。

## 结语

# AI浪潮之巅，应变唯快不破

AI技术的迭代之快，正在改写我们对电商行业进化速度的既往感知。过去需要十年积累的行业革新成果，如今可能在三年乃至一年内飞速达成。

正如大模型从惊艳问世到融入日常，Agent从先锋概念到规模化上岗，多种全新的类Claw应用从蓝图畅想到商家手中的经营工具——这一切的发生，不过短短数年甚至数月之间。

于广大电商经营者而言，当技术以惊人速度向前奔涌，观望和犹豫本身已经是一种掉队。AI的澎湃巨浪之中，商家需要跟进的，远不止将AI工具悉数融入日常工作流，更亟待重塑电商经营的底层思路，培养出一种在实践中校准、在变化中进化的认知习惯。

平台的自我进化同样在加速。淘天集团持续迭代大模型能力，深化AI在电商全链路的融合——从商品发现、内容创作，到营销投放、履约服务，再到用户运营、策略决策，每一个经营环节都在被AI重新定义。当平台不断降低技术应用的准入门槛，AI便不再是少数头部玩家的专属武器，而是每一位商家触手可及的经营基建。

可以预见，在平台的全力托举之下，每一位商家都将拥有一支生生不息的AI军团。这支团队永不疲惫，不因规模受限而折损专业能力，它将全天候在线，深度参与每一次经营决策，陪伴商家筹划每一次上新、度过每一次大促、迎接每一次挑战。在主动拥抱这支AI军团的同时，品牌商家更须学会与之协同共创，重构自己的底层思维与组织机制。

以AI重构信心，以科技共创增长。未来的电商，属于那些敢于拥抱变化、善于快速学习的先行者，也属于每一个愿意在AI浪潮中不断调试每一步前行方向的普通商家。

我们期待，在AI重塑电商经营的新时代中，淘宝天猫与万千商家携手并进，与技术迭代保持同频共振，共同定义下一代商业文明的真谛。

**我们正在寻找优秀的商家伙伴，一起探索生意增长！**



淘宝APP扫码打开  
期待您的沟通

## 编写委员会

### 出品方：

淘天集团商家平台、淘天集团业务技术

### 联合出品：

天下网商

### 编委会成员：

徐海鹏 陆义元 黄若慧 祝航程 涂 靖 董保华 何梦溪 张艳婷 赵 煦  
吴 珣 潘聪峰 段瑞琪 曾利云 李相洁 周 玲 刘沐澄 谭 敏 黄海宽  
刘英豪 黄天然 沈嵩男 周晓奇 朱之丛 金 雅 杜桂琴

## 数据来源

《AI重塑经营：2026中国电商AI应用白皮书》产出数据基于阿里消费数据、商家问卷及访谈调研数据、品牌披露数据、外部资料等公开数据来源。

## 版权声明

本报告由淘天集团商家平台、业务技术与**天下网商**联合撰写，报告包含的全部内容（包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志等）知识产权权益全部归属其二者所有。未经版权所有者授权，任何机构或个人不得以任何形式进行商业性的转载、摘编或复制。如需引用，请注明出处为《AI重塑经营：2026中国电商AI应用白皮书》。

任何机构或个人违反前述规定，均属于侵犯知识产权合法权益。淘天集团业务技术与天下网商将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权赔偿责任。

## 免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。