今年“双11”,AI成主角?

Token上架、AI深度嵌入全链路消费过程……今年“双11”见证中国消费市场向“质”升级

Token上架直播间,AI深度嵌入全链路消费过程,平台按品类划分让利空间……今年,走到第18个年头的“双11”,已成为了一个重要窗口,见证中国消费市场向“质”升级。



工作人员在江苏省扬州市西湖街道一家毛绒玩具企业直播销售毛绒玩具。



今年“双11”,Token以独立品类在多个电商平台上架。

Token上架 服务消费“上新”

“321,上链接!”

记者在多家电商平台看到,今年“双11”,消费者的购物车里多了一件新商品——Token(词元)。看不见、摸不着的算力服务,变成可以下单的商品。

11月2日晚,李佳琦直播间正式上架开售Token,这也是Token首次走进主播直播间。开卖仅半小时,就售出10万份千问办公个人会员月卡,累计约2万亿Token。

道行超级(重庆)人工智能科技有限公司执行董事王道行告诉记者,工作中的软件开发、汇报PPT、宣传图都是靠AI完成的。“这次‘双11’下单了千问AI标准版的月卡,一次买了12个月的,比平时在官方网站上购买便宜了不少,通过这种方式节约Token的采购成本。”他说。

为Token付费,本质是在为背后消耗的算力买单。

据天猫有关负责人介绍,10月20日“双11”开售首日,天猫Token品类成交额环比增长450%。究竟哪些人在买Token?天猫给出的用户画像显示:主要为有明确AI使用需求的个人和中小企业,比如家庭用户、学习型和研究型用户以及一人公司等。

天猫“双11”发言人李伟林介绍,从以前的囤纸巾、囤洗衣液,到今天的“囤Token”,直播间的商品正在发生变化。Token这项专业服务曾经出现在开发者讨论和出现在AI服务订阅页面里,到如今走进大众消费场景。

消费市场理性升级

各大电商平台在拉长“双11”促销周期的同时,促销规则也发生变化。今年,多家头部平台单件直减,平台按品类划分让利空间。

“只有确实需要才会购买,主要是文旅类和服务类的产品会多一些。”“今年的话,我会更加看重这个产品本身的质量,宁可花多一点也要挑一个耐用的产品。”消费者在采访中说。

从“双11”消费趋势可以看到,消费需求已悄然变化:从必需到兴趣,从价格到价值,从集中囤货到随时下单,人们的购物车反映出的是更丰富、更自洽的生活图景。“不同于往年,今年品牌更看重经营的效益和质量,消费者的选购逻辑也在改变,转向重品质、重服务、重实用、重长效价值的理性升级,更愿意为硬核功能、专业价值、细分场景商品来买单。”天猫“双11”发言人李伟林说。美腕合伙人、副总经理蔚英辉说,消费者不仅仅只是“双11”集中囤货,也希望在这个阶段买到更多的高品质的新品。购物车里,除了实物商品,还有各种生活服务产品,这既反映出文旅消费的热度,也说明线上消费和实体经济正在进一步融合。

智能服务深度嵌入

自去年以来,AI成为了“双11”绕不开的话题。AI不仅为消费者提供了购物新选择,更深度嵌入了“双11”销售全过程中。

平台商户技术负责人冷晓磊说,由于大促期间流量变化大,AI可以快速找到一些异常点,比人工筛查节约不少时间。“比如说一些竞品的分析,我们可以实时地监控我们各大竞品,以及我们自己的产品的一些数据,做一些相应的策略调整。”

线上消费的火热,也对物流末端服务提出了更高要求。

中通快递桐庐承包区负责人赵祝文说,“我们都是无人车在派送,从初始端到末端,端到端,速度上、时间上会节省很多。”“以前的‘双11’是指11日那天开始的,现在分三个时间段,战线基本上是拉长了一个月。现在这个快递的增长量不像以前爆发得很快,它是很稳步地去增长。”圆通速递桐庐分公司经理蒋腾龙说。

刚刚投入运营的顺丰连云港海州苏鲁转运中心,全面启用智能化分拣系统,最高日快件处理能力可达120万件,中转效率大幅提升,从容应对“双11”大促期间快递高峰。

该中心安全督导员范明磊介绍,全场投入113台全向潜伏式AGV设备,实现从卸到装全流程无人化操作。两套双层包裹环形分拣机单套每小时处理4.4万件,木马一体机兼容小件和扁平件同时分拣。“这套配置让我们在‘双11’高峰期也能跑得动、不积压。”

线下消费同步扩容

今年“双11”,线下消费成为不可忽视的增长极。苏宁易购、京东等平台的线下业态在大促期间实现客流与销售同步攀升。消费者对大促的期待正从“买得便宜”转向“买得放心、收得顺畅、售后无忧”。

“双11”期间,苏宁易购山东日照市岚山区千汇购物广场岚山店在国家15%的补贴基础上,门店再额加11%的专属补贴。店长刘强介绍,如果顾客有旧机参与“以旧换新”,还能享受到旧机折扣价格,三重福利可叠加享受,让顾客实实在在享受到优惠。

“活动期间,到店客流和家电销售量较平时显著上涨,同时我们提供同城配送、上门安装等售后服务,让消费者买得放心,用得舒心。”山东日照市凌云家电岚山银座商城店店长王玉伟告诉记者。

目前,当地家电及3C产品以旧换新累计拉动销售额超7800万元,订单达27000余笔,补贴金额近1100万元。

“双11”的一系列新变化,传递出消费市场从规模扩张向质量提升的转型信号。当平台、品牌、技术共同发力,消费市场就能从“量”的增长转向“质”的提升,为经济高质量发展提供持久动力。

/ 延伸 /

AI接管买卖两端越来越多环节

“这在过去很难想象,但是今年,我真的靠着自己以及80多个Agent(智能体),接了一笔又一笔的海外订单。”OPC(一人公司)创业者张乾超坐在电脑前,向记者展示着他在全球电商AI工作台Accio上的“数字员工”们。

只见这些Agent各司其职——市场调研智能体抓取海外社媒热点,产品设计智能体生成新款棒球帽草图,客户接待智能体自动回复海外询盘……

张乾超说,AI的发展让他这样跨境电商零行业基础的入局者也能享受技术红利,创业做起了定制棒球帽的跨境生意。今年“双11”促销季,也是跨境电商的传统旺季,张乾超比前一阶段更忙了,20多笔品牌客户订单正在推进。“Agent不仅仅在设计、分析方面能够帮助我,还能在获客方面帮我高效对接。”

AI对张乾超的生意赋能,正是当下不少商家深度使用AI的缩影。阿里巴巴全球B2B总裁张闯说,今年电商领域出现了一个值得关注的新趋势,就是AI正加快渗透采购、销售和经营环节,推动供需两端走向双向智能化。目前全球已有超过1000万家中小企业在Accio上开展经营活动。词元(Token)使用量同比增长了10倍。

买卖两端,AI都在接管越来越多的环节。在业界看来,AI成为2026年“双11”最受关注的行业变量。

记者了解到,各家电商平台都把AI摆上了“双11”这一试验场里:阿里把千问接进淘宝,京东让AI购物助手“东东”全面上岗,抖音电商把豆包接进商城,快手喊出“AI提效、全域协同”。

京东集团有关负责人介绍,“双11”大促前,京麦AI经营中心把平台能力从“给工具”升级为“给结果”,推动商家经营从单点提效走向全链路智能化,首批汇聚60余款AI工具,覆盖选品、素材、营销、履约、客服等核心环节。数据显示,京麦AI已助力80%的新商家大幅提升运营效率,为96%的新商家提供日常运营支持与经营建议。

阿里巴巴集团高级副总裁、天猫总裁刘博说,在购买端,AI可以通过多模态数据分析识别消费者潜在意图。他举例,一位徒步爱好者若经常徒步,难免会出现膝盖不适的情况。当消费者就此向大模型提问时,模型可能提示身体缺乏某些营养素并建议补充,这便会转化为购买行为。此类基于场景的推荐转化率明显高于泛化投放。

刘博说,AI正推动电商从“人找货”迈向“货懂人”,实现从“满足需求”到“创造需求”的跨越。

本版文图据新华社

本报编辑部地址:青岛市崂山区株洲路190号 邮政编码:266101 新闻热线:82888000 商务咨询:66988600 发行电话:82880022
印刷:青岛报业传媒数字印刷产业园有限公司 印务中心地址:青岛市祥源路831号 印务中心电话:68688658 法律顾问:琴岛律师事务所 侯和贞、王书瀚、王云诚律师