

“双11”大促迎来AI全场景渗透

► 本报记者 李洋

2025年,迈入第17个年头的“双11”大促,以“周期拉长、玩法简化、技术主导”为锚点,在平台差异化布局、政策与市场联动、技术深度渗透中开启了消费生态重构的新周期——京东37天超长现货期抢占先机,天猫淘宝“官方直降”简化决策,抖音57天好物节延伸场景,快手、拼多多则以预售与补贴方式巩固优势,一场围绕效率与体验的行业竞赛,就此拉开序幕。

从复杂玩法到“简单主义”

天猫10月15日开启预售模式,淘宝则于10月20日直接进入现货阶段,两者均以“官方直降”方式降低消费门槛……今年“双11”各大平台集体转向“简单主义”,规则简化、回归直接让利,此举不仅成为主流趋势,更标志着电商大促从“流量争夺”向“体验优化”理念转变。

玩法简化的成效很快在数据上得到体现。京东“双11”首份成绩单显示,10月9-10日,京东App活跃用户数量同比增长47.6%,截至14日中午12时,家电、手机、数码、电脑等带品类订单量同比增长超70%。抖音电商发布的“双11”大促数据同样亮眼:10月9-14日,超过3万个服饰商家通过直播

带动销售额同比增长300%,搜索带动销售额破千万元的服饰商家数量同比增长200%。

除了平台自身的策略调整,政策的加持也为今年“双11”注入新活力。国庆中秋假期前,2025年第四批超长期特别国债资金正式下达,其中690亿元专项支持消费品以旧换新,这一“国补”政策与“双11”大促形成叠加效应,为消费市场带来双重激励。

“政策-市场联动模式正在重塑消费市场周期。”资深产业经济观察家梁振鹏进一步分析认为,“国补”直降“组合拳”精准破解以往大促的“伪降价”痛点,通过政府信用力增强消费者信心,对消费的拉动具有显著杠杆效应。

中国城市发展研究院投资部副主任袁帅指出,政策引导与市场机制的结合,能促进企业优化供应链、提升服务质量,形成良性竞争环境,让行业在稳定增长中不断创新升级,实现可持续发展。

从流量电商到“理解电商”

从前,电商平台是一个流量分发系统,商家需围绕流量规则调整策略;如今,电商平台正在变成一个“理解系统”,能够精准捕捉消费者的潜在需求,实现人、货、场的

高效匹配。

10月16日天猫“双11”发布会披露,本届大促成为首个AI全面落地的“双11”,标志着电商技术应用从单点试点迈入全场景渗透阶段。

据悉,此次大促,天猫将上线多款AI应用,进一步提高成交和消费触达率。以搜索为例,用户在淘宝搜索时,需求表达分为两类:一类是简单关键词;另一类是复杂语义表达。在大模型应用前,后者复杂需求难以被有效承接。而在加入AI后,它开始理解人类语言中的模糊与情绪,大模型能从语义中抽象出核心意图,并在商品库中找到最契合的产品。

阿里巴巴中国电商事业群搜推智能总裁凯夫表示:“好用的AI是淘宝AI应用的检验标准,我们希望AI能解决消费痛点,也能让商家获得增长。”为此,平台通过AI对20亿商品进行更精准理解与组织,实现流量匹配效率双位数增长:包括复杂语义下搜索相关性提升20个百分点,推荐信息流点击量提升10%,商家广告ROI(投资回报率)提升12%。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜将这一变化概括为行业竞

争逻辑的转变:从“堆规则”转向“堆算力”,从“谁能造节”升级为“谁能用算法把低价+快送+好服务做成默认配置”。他通过实测天猫“AI万能搜”与京东“秒送”服务感受到这种变革——在天猫输入“静音加湿器 北方暖气 性价比”关键词,3秒钟内便得到4款型号对比,且自动叠加“国补”与店铺券,价格比手动凑单低42元;在京东购买iPhone 16,付过尾款18分钟就收到商品,门店小哥还现场协助激活、传输资料,省去二次到店的麻烦。

梁振鹏认为,“AI搜索推荐正在解决信息过载难题,通过精准需求匹配降低决策成本,未来可能形成‘AI管家’式消费生态”。而柏文喜自身的消费经历更是印证了这一点:“原本计划‘双11’随便买点什么,结果因‘AI推荐+即时履约’又顺手多买了3单,客单价提升1.7倍——技术确实在替我做决定。”

从漫长等待到“小时达”

在AI重构消费决策链路的同时,即时零售的爆发式增长成为2025年“双11”的另一大亮点。

天猫9月份便面向品牌商家开通闪购合作邀约,引导天猫淘宝商家拓展即时零售供给。目

前,首批3.7万个品牌、40万家品牌门店已接入闪购服务,覆盖数码家电、美妆个护、家居生活等多个领域。这一举措彻底改变了传统电商的履约逻辑:过去在淘宝主站购物,消费者需等待1-3天的普通快递;而品牌商家接入闪购后,可从用户定位的周边门店发货,将履约时间压缩至“小时级”,实现“即买即得”的消费体验。

2025年天猫“双11”于10月20日20时正式开卖,而10月15日的首日数据就展现出即时零售的强劲势头:淘宝闪购在全国270个城市的夜宵订单数量同比增长超200%,超市便利订单增长670%;对商家而言,接入闪购服务成为生意增长的新引擎,3C数码、个护、服饰等行业品牌在淘宝闪购成交数量与去年同周期相比增长超290%。

如今,“线上下单、小时达”已从“增值服务”转变为消费者的“标准预期”,这种履约体验的升级,正在重塑线上线下融合的零售格局。

柏文喜分析认为,即时零售的核心价值在于将“远场囤货”拆成“近场即时”,履约半径从“全国3日达”压缩到“同城1小时达”,这种变化有望倒逼仓配网络向“前置化、网格化”转型,推动供应链资源向消费端精准下沉。

未来,随着技术持续迭代、供应链不断优化,“双11”或将在消费提振与产业升级的双向奔赴中,书写更多新可能。

广告

跨山海“高”处相见 乘长风向“新”而行

徐州国家高新技术产业开发区欢迎您

