



2025年 AI电商行业词条报告

AI电商：AI重构电商生态，数字人等新技术引领行业发展 头豹 词条报告系列



付淑芳 · 头豹分析师

2025-04-03 未经平台授权，禁止转载

摘要

AI电商是利用AI技术深度融入电商平台各环节的新型电商模式，通过智能选品、AI导购、个性化推荐等功能重塑传统电商生态。行业特征包括AI重塑电商发展、平台/跨境卖家竞相使用AI产品、AI电商产品丰富多样。AI技术进步、政策支持及电商行业竞争加剧推动行业发展。未来，AI在跨境电商中应用加深，AI数字人等技术将引领电商新趋势，尽管面临数据安全等挑战，但AI电商作为增长新引擎的地位日益凸显。

行业定义

AI电商是指利用人工智能（AI）技术深度融入电商平台的各运营环节，实现智能选品、AI导购、个性化推荐、智能客服等功能，从而重塑传统电商生态的新型电商模式。具体应用包含智能选品工具，如借助AI算法分析数据辅助决策；AI导购通过多轮对话理解消费者需求，精准推送产品；及运用自然语言处理和机器学习优化的个性化推荐系统。该行业的发展依托于大数据分析、机器学习、自然语言处理等核心技术，不仅提升了用户体验与运营效率，还带动了从供应链管理到营销策略的全面革新。展望未来，AI电商将趋向构建全新交互形态，加强个性化与智能化服务，尽管也面临数据安全隐私保护等挑战，但其作为电商增长新引擎的地位日益凸显。

行业分类

由于AI可以应用于电商的各个环节，因此AI电商可以根据AI应用的场景和功能分类。

基于应用场景和功能分类

AI电商可以分为：个性化推荐、聊天机器人、智能营销、智能供应链管理、AI数字人、虚拟试衣间。

个性化推荐

通过分析用户的浏览历史、购买行为、评价以及社交媒体活动等数据，推荐系统可以为消费者提供个性化的商品推荐。常用算法：包括协同过滤（基于用户和基于物品的协同过滤）、内容过滤和混合推荐系统等。例如：亚马逊和阿里巴巴都采用了先进的推荐系统，通过分析大量用户行为数据，动态调整推荐商品，从而提高了转化率和客户满意度。

聊天机器人

通过自然语言处理和深度学习技术，构建智能聊天机器人，能够与买家进行实时互动、更快地回答问询。电商企业利用聊天机器人进行业务沟通的平均开放率为85%，点击率为40%，相比之下电子邮件的开放率为23%，点击率为3%。

智能营销

通过分析用户行为和购买数据，利用AI技术进行精准营销，进行个性化广告投放、优惠券推送等，提升用户参与度和转化率。例如：抖音应用AI技术生成直播切片视频，并为主播提供个性化文案，且抖音电商还上线了“智能直播”的功能，可实现24h不间断直播，进而获得高关注度和增长的可能性。

智能供应链管理

利用AI算法和大数据分析，优化供应链的运作。例如：电商平台利用算法优化仓库管理，实现自动分拣、包装及货物调度，提高配送效率，或利用物联网技术，可实现追踪商品位置并预测到达时间，从而提升客户满意度。

AI数字人

通过模拟人类的外貌和行为，基于AI技术提供和真人类似的交互体验，AI数字人可以实现自然对话和执行任务，甚至是情感反应。例如：万兴播爆目前拥有超200个数字人，覆盖亚洲、欧洲、中东等地区不同肤色、不同语言的各类人群，卖家只需要输入对应语言的文案即可生成视频。

虚拟试衣间

AI结合增强现实（AR）技术，为用户提供虚拟试衣/试用服务，帮助用户更直观地了解产品效果，提升购物体验。例如，ZARA和L'Oreal等品牌已推出虚拟试衣功能。

行业特征

AI电商的行业特征包括（1）AI正重塑电商行业发展、（2）平台/跨境卖家竞相使用AI产品、（3）基于功能不同，AI电商相关产品丰富多样。

1 （1）AI正重塑电商行业发展

AI技术正重塑电商行业发展，包括引领购物体验革命（例如，阿里巴巴国际站数据显示，通过AI智能发品功能优化的产品链接，支付转化率能提升52%）、助力精准营销与个性化服务（例如，百度优选通过为卖家搭建全域智能经营体系，包括极速开店、电商罗盘、智能上品、智能客服、智能营销等，帮助卖家实现精细化运营，数据显示，2023年百度优选GMV同比增长594%，交易用户数和动销卖家数分别同比增长400%和300%，AI大模型参与促成的交易占总交易的20%）、实现智能决策与成本优化（例如：某知名电商平台利用千帆大模型，成功提升了商品推荐的精准度，使转化率提高了20%，同时优化了库存管理，降低了库存成本15%）、提升用户满意度等。

2 （2）平台/跨境卖家竞相使用AI产品

（1）以阿里巴巴国际站为例，全球有超6万中小企业在使用阿里巴巴国际站的AI产品，AI发布的商品规模已达700万，预计未来100%的商品信息都会被AI基于对买家更精准的洞察而重构。（2）以亚马逊为例，自2023年9月首次推出生成式AI Listing创建工具（只需要卖家提供一张商品图片或URL，即可生成标题、产品介绍、产品描述及属性等，大大提高运营效率），到2024年6月，全球已有超65万卖家使用该工具。

3 （3）基于功能不同，AI电商相关产品丰富多样

AI正融入电商各个业务环节，如产品调研、广告投放、商品推荐等，市场也出现不少AI电商相关产品。例如（1）ChatGPT在电商各个场景均有应用；（2）AIGoa和AdZis专注于内容创作，可轻松生产产品描述、社交媒体帖子及文章、alt标签等，助力跨境电商高效出海；（3）万兴播爆则致力于为电商企业提供超逼真AI数字人，产品可支持全球大部分语言，包含10+不同声线；（4）Shulex可基于对图片的理解，通过大模型预测可帮助产品分类达标，可提供评论分析、页面优化建议等，支持亚马逊、Shopify等平台，合作品牌也包含安克创新等品牌卖家；（5）跨境AI可帮助卖家撰写Listing、精准翻译各国语言以及提供全面的竞品分析数据等。

发展历程

AI电商的发展历程是一个逐步进化的过程，从2010年代初期的简单推荐系统到如今的全栈式智能化解决方案，以ChatGPT为代表的大规模预训练模型逐渐成为主流，它们不仅能够在对话交互方面表现出色，还能用于各种复杂的任务，如智能导购、内容创作等，极大地推动了AI电商的发展。

萌芽期 · 2010-01-01~2014-01-01

在2010年代初期，电商平台开始引入基于用户行为数据的个性化推荐系统，如亚马逊和阿里巴巴的“千人千面”。这些系统通过分析用户的浏览历史、购买记录等信息，提供定制化的产品推荐。

随着计算能力的提升和大数据技术的发展，机器学习算法被广泛应用于电商领域，以提高推荐系统的准确性和效率。

启动期 · 2015-01-01~2020-01-01

(1) 为了改善客户服务体验，电商企业开始部署基于自然语言处理的聊天机器人，它们可以即时回答客户的常见问题，减少等待时间并提高响应速度。(2) AI技术通过自动化工具和机器人流程自动化对订单进行处理、支付确认、库存检查等操作，减少了人工干预，提高了处理速度和准确性。(3) 结合增强AR技术和深度学习模型，AI能够为用户提供虚拟试衣服务，帮助用户更直观地了解产品效果，极大地提升了购物体验。(4) 利用深度学习生成高质量的内容，如商品描述、广告文案等，并通过自动化整合营销流程，实现精准投放。

AI电商领域出现智能客服、自动化工具、图片识别与虚拟试衣、智能营销等多样化工具。

高速发展期 · 2021-01-01~2024-01-01

(1) 业界首个AI全栈式数字人直播解决方案出现，如百度推出的“慧播星”，它不仅降低了商家的直播运营成本，还提供了接近真人的互动体验，增强了用户的参与感。(2) AI进一步渗透到供应链管理中，优化了从生产计划到物流配送的各个环节，提高了整个链条的运作效率。(3) AI技术开始支持文本、语音、图像等多种形式的数据处理，实现了更加丰富的用户体验，例如通过视频生成模型Sora，仅凭简单的文字描述就能生成拟真的短视频内容。(4) 以ChatGPT为代表的大规模预训练模型逐渐成为主流，它们不仅能够对话交互方面表现出色，还能用于各种复杂的任务，如智能导购、内容创作等，极大地推动了AI电商的发展。

AI为电商提供全栈式智能化解决方案，行业进入多模态融合和大模型时代。

产业链分析

AI电商产业链的发展现状

AI电商的产业链上游为AI技术提供商，主要为中游提供技术支持；中游为AI电商相关企业；下游为使用AI电商服务的消费者和电商卖家。

AI电商行业产业链主要有以下核心研究观点：

电商平台、独立站卖家、电商服务商等均加大AI技术的投入使用，推动行业不断发展。

AI技术已经渗透入电商行业全产业链，各大电商平台、独立站卖家（品牌卖家）、电商服务商等均在加大对AI电商服务的投入，以实现降本增效和提升消费者AI购物体验，进而提升其在市场上的竞争力。(1) 电商平台：淘宝、京东等主流电商平台不断推出新的AI电商产品，如阿里的AI产品“生意管家”已帮助74%的卖家每月约节省一个美工的的成本、京东的“采销东哥AI数字人”已服务超7,000卖家，累计带货金额达140亿GMV。(2) 独立站卖家：截至2024年，已有80%+的独立站卖家正在探索和利用AI技术进行降本增效。(3) 电商服务商：如电商导购商返利科技、消费者决策和电商营销商值得买科技等，均在加大对AI的资源投入，并将其作为发展重要战略。

观看AI模特或主播、文案内容生成分别是消费者和电商卖家体验最多的AI电商服务。

对于终端消费者来说，据相关调查，消费者在京东、淘宝、拼多多、唯品会、抖音商城等各大电商平台均体验过AI服务，相比于AI试穿、AI搜索、AI客服、AI比价或其他AI电商服务，消费者体验最多的是观看AI模特/主播展示、介绍商品，比例超30%。对于电商卖家来说，卖家在文案生成、美工设计、推广运营、高层决策等方面均会采用AI协助，但文案生成是使用率最高的相关服务，超20%，这是由于传统的文案创作往往需要花费大量的时间和人力，尤其是对于频繁更新商品或有大量SKU的店铺来说，而AI文案生成工具能够快速地根据产品特点和目标受众自动生成高质量的商品描述、广告词等，极大地提高了工作效率、实现精准营销。

AI电商上游环节

生产制造端

AI技术提供商

上游厂商

北京百度网讯科技有限公司

阿里云计算有限公司

腾讯云计算（北京）有限责任公司

云从科技集团股份有限公司

北京市商汤科技开发有限公司

华为云计算技术有限公司

科大讯飞股份有限公司

上游分析

AI体系在电商领域快速崛起，推动电商行业向智能化转型升级。

随着中国在AI技术研发和应用上的快速进步，国家已经初步构建了一个较为全面且富有活力的AI产业体系，核心产业规模接近6,000亿元。2024年，“人工智能+”首次出现在政府工作报告中，不仅标志着AI技术在国家发展中的地位日益提升，也预示着AI将给各行各业、各应用场景将迎来更深层次的变革。在电商领域，从卖家经营（包括开店、选品、直播、广告、营销等）到消费者体验（包括互动、个性化推荐、交易、支付、履约等）的各个环节，都有基于AI工具的创新探索，且均在不同程度上提升了运营效率，AI技术正引领电商行业走向智能化转型高潮。例如：据淘宝平台调研，30%的受访卖家已使用过AIGC，其中有50%左右的卖家认为AI技术在开店、发品、内容直播、广告营销、客服服务等环节发挥了作用，可帮助其自动识别商品卖点、生成直播切片等，使其短视频制作成本下降50%。

资本流入推动AI技术进步，不断提升中游服务能力。

资本市场的持续流入是推动中国AI产业迅速扩张的关键因素之一。2024年，中国AI领域共发生1,136起投资事件，累计融资总额达到6,596亿元，相较于上一年度增长100%。相应地，在AI电商领域，大量资本的注入不仅加速了新技术的研发进程，丰富了AI在电商领域的应用场景，也促进了更多初创企业的诞生和发展，进一步激活了整个行业的创新生态。例如：（1）致力于打造全链路电商内容生成引擎的极睿科技，自2017年成立就获得资本密切关注，现已获得金沙江创投天使轮投资、魔量资本Pre-A轮融资、红杉资本A轮融资以及顺为资本B轮融资，公司产品已与中国国内主流电商平台完成对接，功能从自动化识别拓展到电商商品内容全流程制作和智能化管理。（2）2024年成立的数美万物，专注于跨境电商行业，旗下核心平台Hitems，旨在通过AIGC技术将创意商品化，提供从创作到生产再到消费的全链条服务，公司已于2025年1月完成数千万美元的Pre-A轮融资，投资方包括红杉资本、IDG资本、美团龙珠、锦秋基金等，此轮融资后，公司估值约1.5亿美元。

AI电商中游环节

品牌端

AI电商产品提供商

中游厂商

焦点科技股份有限公司	易点天下网络科技股份有限公司	杭州壹网壹创科技股份有限公司	返利网数字科技股份有限公司	
北京值得买科技股份有限公司	厦门吉宏科技股份有限公司	北京蓝色光标数据科技股份有限公司	芒果超媒股份有限公司	
北京市商汤科技开发有限公司	北京百度网讯科技有限公司	阿里巴巴（中国）有限公司	京东物流供应链有限公司	北京旷视科技有限公司
淘宝（中国）软件有限公司	京東集團股份有限公司	上海寻梦信息技术有限公司		

中游分析

电商平台/卖家自研AI产品提升竞争力。

随着AI技术的发展以及在各行各业场景的应用，电商平台/独立站卖家通过自研AI产品提升竞争力。**电商平台方面，包括淘宝、京东等各大电商平台自2023年开始相继布局AI产品。**例如：（1）阿里依靠自己强大技术能力，在AI电商领域不断推陈出新。2023年，AI搭配和AI试衣间两款产品开始测试。2024年，推出AI产品“生意管家”，仅在内测的5个月内，已有超100万卖家深度使用，74%的卖家表示每月可以节省约一个美工的人工成本；同年推出的AI驱动全平台广告工具“全站推广”，可以让卖家明晰投入产出比，618期间天猫全站推广超150万全域拿量，投后7天GMV环比增长超65%；除了中国国内电商，阿里AI产品已在跨境电商的40多个场景进行测试，覆盖跨境电商全链条，在速卖通、Lazada、Trendyol等平台服务了50万卖家，1亿款商品。2025年，推出淘宝星辰作为阿里专为淘宝天猫卖家设计的电商视频生成大模型，能基于卖家输入的图片 and 文本指令，一键生成更懂商品展示、与卖家意图高度契合的视频。截至目前，阿里技术团队已经开发出智能生成文、图、视频等一系列的AI电商产品，可实现30s批量生成图片素材，0成本适配虚拟模特等，且2023年年报中提到，未来阿里所有的产品将接入大模型进行全面升级。（2）京东2023年发布的言犀大模型，融合了70%的通用数据与30%的公司积累的数智供应链原生数据，以此为基础推出了“采销东哥AI数字人”、“AI营销搭子”等多款AI电商产品，前者目前已服务超7,500家卖家，累计带货超140亿GMV，后者平均每天帮助超80万卖家完成上千次智能交互，AIGC内容使用率达80%，平均转化率提升了30%。**电商卖家方面，截至2024年，已有80%以上的独立站卖家正在探索和利用AI技术来降本增效。**以跨境大卖家吉宏股份为例，公司自2017年成立跨境社交电商业务，自主研发并持续训练及强化数据分析能力及AI技术，包括AI垂类模型、机器学习及数据分析，将AI技术贯穿包括选品、图像素材设计、视频素材生成、广告文案与翻译、广告投放、物流配送、客服等全业务流程，实现了业务的数字化、可视化、智能化，目前业务已扩散至40多个国家。在AI技术的应用下，其电商业务快速增长，从2017年的2.15亿元增长至2023年的42.56亿元，占营收比例从19%上升至63.58%。

服务商加大AI技术投入促进行业发展。

除了电商平台和独立站卖家通过自研布局AI电商服务，电商相关服务商也相继加大技术投入促进行业发展。（1）以返利科技为例（全场景导购平台，与中国400+家商城/平台、5万+品牌商户合作，如天猫、淘宝、京东等），公司持续完善导购产品矩阵，一方面，基于AI技术开发的电商导购APP“如意”正在内测（通过接入ChatGpt），该APP可通过AI对话的交互方式为用户提供购物问答、建议清单、全网比价、评价提炼、评测聚合等网购服务，目前该产品已经获发第四批生成式人工智能（大模型）备案号告知书；另一方面，基于AI技术升级改版了公司“返利”APP，研发出“价安”、“会省”等产品，并加强了推广获客策略优化研究，改版完成后，2024H1，“返利”APP注册用户达6.66亿，较2023年底增长7.68万。2024年12月，返利科技与华为签署协议，双方将在AI领域、云计算、海外市场等方面开展合作，在电商导购领域结合各自优势以提升用户的AI购物体验。（2）值得买科技（主要为消费者提供消费决策支持和为卖家提供内容营销）：2023年，公司将AIGC确定为重点战略项目，基于AI对现有业务商业生态的重塑，加大投入并推进相关业务与AIGC的融合，上线了“AI评论机器人”、“AI购买建议”、“ZDM-copilot创作工具”等一系列产品，在消费内容社区中，AIGC内容的占比达到36.7%，已成为增加社区内容数量和丰富社区内容生态的重要工具，公司全年研发投入为1.6亿元，同比增长14.8%（系增加AIGC研发投入增加），实现整体GMV超280亿，营收14.5亿元，同比增长18.2%。

产业链下游环节分析

AI电商下游环节



渠道端及终端客户

电商卖家、消费者

渠道端

- 电商卖家
- 消费者

下游分析

观看AI模特或主播、试装穿搭和搜索商品是消费者接触最多的三项AI电商服务；文案内容生成、美工设计和推广运营是电商卖家使用AI最多的场景。

无论是终端消费者，还是电商卖家，AI均得到广泛应用。以淘宝问问为例，自2023年9月启动内测，在2023年双11期间，已有超过500万消费者进行体验，其中高活跃人群提问数超8次，单一消费者最多提问数超4,000次；卖家方面，淘天集团针对卖家推出了包括模特图智能生成、官方客服机器人在内的数款卖家端AI工具，以及阿里巴巴推出的万相台无界版等AI产品，在2023年双11期间已产生超15亿次调用。

（1）终端消费者：据每日经济新闻调查显示，观看AI模特或主播、试装穿搭和搜索商品是消费者接触最多的三项AI电商服务，占比分别约为33%、20%和19%；超60%的消费者认为AI电商服务可以帮助更快地做出决策及超50%的消费者使用AI电商服务是为了获得更个性化推荐的商品。

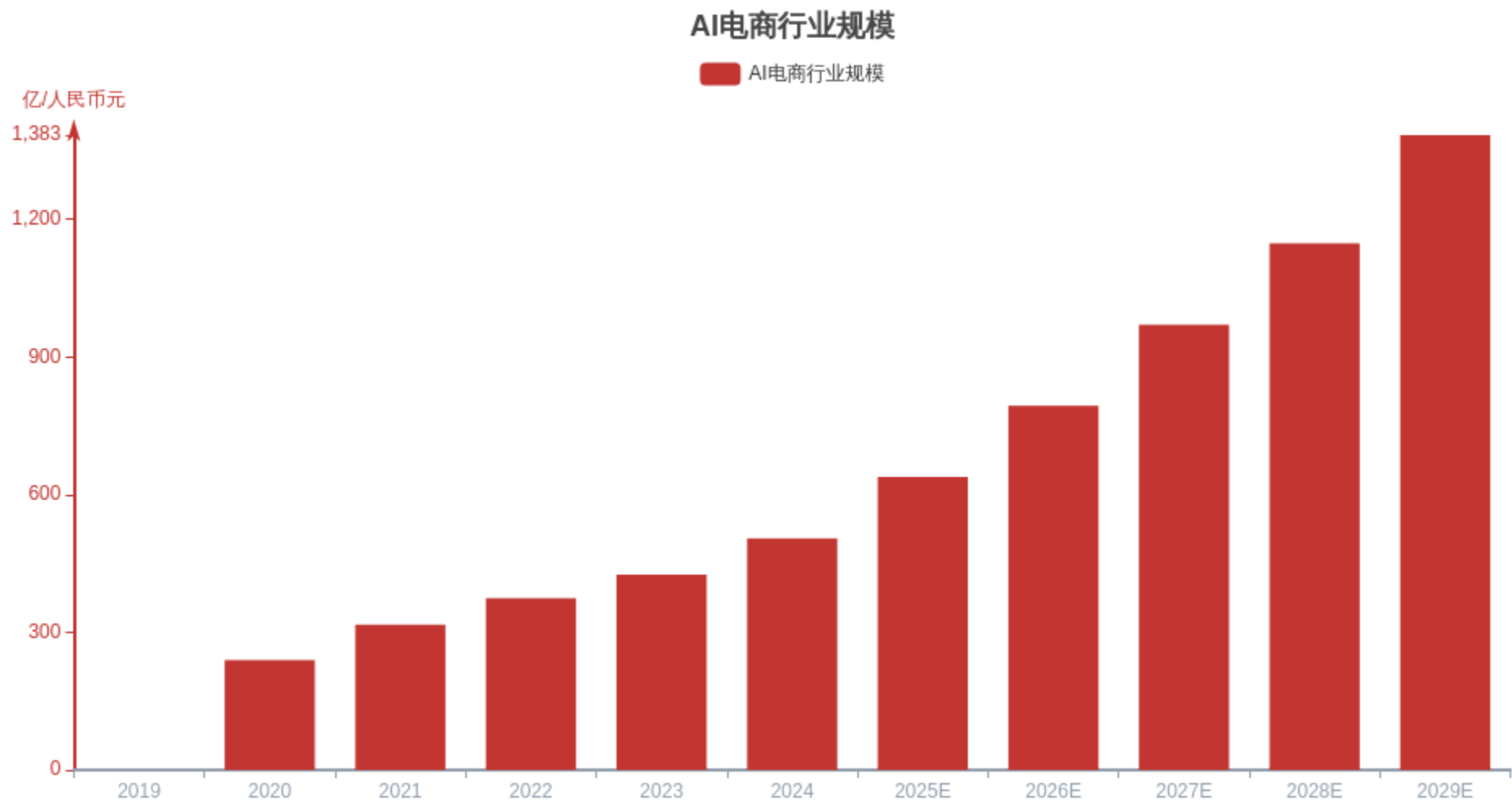
（2）电商卖家：AI电商服务在各行业卖家均实现落地，其中箱包鞋服、食品生鲜、家具家居、日用百货和运动健康等行业使用率较高，具体环节看，AI电商服务主要被电商卖家用在文案内容生成、美工设计和推广运营三个方面，占比分别为22%、19%和18%，而AI产品的落地对电商行业的推广运营、文案内容、高层决策等岗位的质量提升最明显。

行业规模

AI电商行业规模的概况

2020年—2024年，AI电商行业市场规模由239.27亿人民币元增长至504.45亿人民币元，期间年复合增长率20.50%。预计2025年—2029年，AI电商行业市场规模由638.24亿人民币元增长至1,382.81亿人民币元，期间年复合增长率21.32%。

AI电商行业规模



数据来源: 沙利文、51CTO

AI电商行业市场规模历史变化的原因如下：

AI技术进步为行业发展提供了坚实的基础。

AI技术正从卖家端、供应链端、买家端深度赋能电商行业，推动电商持续向全方位智能化、个性化方向发展。随着AI、大数据分析、机器学习和自然语言处理等先进技术的日益成熟，为电商行业带来了前所未有的机遇。例如：（1）AIGC可以通过深度学习模型自动生成高质量的内容，如商品描述、营销文案等，极大地提高了内容创作效率，央视市场研究数据显示，36%的广告主已开始在营销活动中使用AIGC技术；其中86%的广告主认为，在提高创意设计、内容生产效率等方面，AIGC技术是有力辅助。（2）AI数字人还可以通过全天段直播提高曝光率，增加下单的可能性，以京东言犀数字人为例，目前已有超7,500及品牌直播间稳定开播，2024年，数字人直播GMV同比上升11倍。这种技术上的突破使得电商平台/独立站卖家能够更好地理解消费者需求，并提供更加个性化的服务。

政策支持及电商行业竞争加剧驱使卖家寻找降本增效的工具。

一方面，近年来，政府出台了一系列政策措施鼓励科技创新，其中包括支持AI技术的研发及其在各行各业中的应用。例如：科技部等六部门于2022年6月发布《关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见》，提到要着力打造人工智能重大场景；2024年政府工作报告首次提到“人工智能+”，鼓励AI赋能各行各业。政策的大力支持推动了AI在电商领域的广泛应用。另一方面，在中国国内电商市场逐渐饱和、流量红利消失的大背景下（截至2024年3月，阿里淘天GMV市占率为44.5%，京东市占率为19.4%，拼多多为20.1%，抖音小店、快手分别为9.1%、6.9%），各大平台纷纷寻找降本增效的工具来应对激烈的竞争。例如，京东的智能客服“京小智”在双11期间处理了超过14亿次咨询，显著减轻了人工客服的压力，减少了人力成本。

AI电商行业市场规模未来变化的原因主要包括：

AI在跨境电商中的应用加深。

近年来，中国跨境电商快速发展，跨境电商进出口额占外贸总额的比例持续提升（从2018年的3.5%提升至2023年的5.7%），2024年前三季度，中国跨境电商进出口额1.88万亿元，同比增长11.5%，高于同期中国外贸整体增速6.2个百分点，跨境电商成为拉动中国外贸增长的新引擎、新势

能。而AI技术在跨境电商领域解决了过去因语言、时差、供应链等因素造成的业务难点问题。例如，AI翻译工具可以帮助解决跨国交流中的语言障碍；而智能物流系统则可以根据实时交通状况、天气预报等因素动态调整最优配送路径，确保货物及时送达的同时最小化运输成本。未来随着跨境电商的发展，将拉动AI电商行业持续扩张。

AI数字人等技术将引领未来电商新趋势。

AI数字人直播技术允许商家实现24小时不间断直播带货，减少了对真人主播的依赖。南京硅基智能科技有限公司提供的直播数字人解决方案，使得卖家每月只需花费几千元就能享受原本可能需要几万甚至几十万元才能获得的服务。这不仅降低了直播成本，还扩大了销货范围，增加了销量。百度优选数据显示，慧播星作为业界首个AI全栈式数字人直播解决方案，可使直播运营成本下降超80%，GMV平均提升62%，转化率平均提升83%。未来，随着深度学习和自然语言处理技术的持续进步，AI数字人将展现出更加人性化的交互能力，实现与消费者之间更为自然、深入的对话交流。同时，借助大数据分析的力量，AI数字人不仅能更精准地洞察消费者的偏好，还能据此优化直播内容和营销策略，为品牌提供定制化的推广方案，助力实现个性化的顾客体验和更高的营销效能。

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见》	科技部等六部门	2022-06-01	7
政策内容	中国人工智能技术快速发展、数据和算力资源日益丰富、应用场景不断拓展，为开展人工智能场景创新奠定了坚实基础。但仍存在对场景创新认识不到位，重大场景系统设计不足，场景机会开放程度不够，场景创新生态不完善等问题，需要加强对人工智能场景创新工作的统筹指导。			
政策解读	政策提到要围绕高端高效智能经济培育打造人工智能应用重大场景，以及加强提升人工智能场景创新能力，有利于推动人工智能在各行各业各场景的应用。			
政策性质	支持性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《数字商务三年行动计划（2024-2026年）》	商务部	2024-04-01	5
政策内容	以发展新质生产力为抓手，创新数字转型路径，提升数字赋能效果，做好数字支撑服务，打造数字商务生态体系，全方位提升商务发展数字化、网络化、智能化水平，助力中国数字经济不断做强做优做大			
政策解读	政策提到要（1）培育壮大新型消费、（2）鼓励商贸服务业数字化发展、（3）促进跨境电商零售进口行业规范健康发展，以全球好物为中国消费者提供多样化选择、（4）推动商贸流通领域物流数字化发展。			
政策性质	支持性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”电子商务发展规划》	商务部等	2021-10-01	5
政策内容	“十四五”时期，电子商务将充分发挥联通线上线下、生产消费、城市乡村、国内国际的独特优势，全面践行新发展理念，以新动能推动新发展，成为促进强大国内市场、推动更高水平对外开放、抢占国际竞争制高点、服务构建新发展格局的关键动力。			
政策解读	引导电子商务企业加强创新基础能力建设，提升企业专利化、标准化、品牌化、体系化、专业化水平。通过自主创新、原始创新，提升企业核心竞争力，推动5G、大数据、物联网、人工智能、区块链、虚拟现实/增强现实等新一代信息技术在电子商务领域的集成创新和融合应用。			
政策性质	鼓励性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于数字贸易改革创新发展的意见》	国务院	2024-11-01	5
政策内容	促进实体经济和数字经济深度融合，促进数字贸易改革创新发展，为塑造对外贸易发展新动能新优势，加快建设数字中国、贸易强国作出更大贡献。			
政策解读	加强数字应用场景和模式创新，提升数字内容制作质量和水平，培育拓展跨境数字交付渠道，提升国际竞争力。到2029年，可数字化交付的服务贸易规模稳中有增，占中国服务贸易总额的比重提高到45%以上。			
政策性质	支持性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于实施数字消费提升行动的通知》	商务部	2024-04-01	5
政策内容	深化数字技术与电子商务融合创新，丰富数字消费供给、激发数字消费需求、优化数字消费载体、提升数字消费业态，加快促进数字消费领域形成更高水平供需动态平衡，推动数字消费规模稳步增长，全面助力消费从疫后恢复转向持续扩大。			
政策解读	引导电商平台、服务机构、行业组织等各类主体，集聚技术、营销、培训、信用、金融等公共服务资源，赋能中小微和初创企业数字化发展。培育一批数字消费引领企业，引导品牌企业建立数字化协作闭环。			
政策性质	支持性			

竞争格局

AI电商竞争格局概况

AI电商行业主要参与者可以分为电商平台和电商服务商，其中（1）电商平台包括①隶属于阿里巴巴集团的淘宝、天猫、1688、②京东集团、③拼多多、④抖音、⑤快手、⑥小红书等；（2）电商服务商包括①AI营销：什么值得买、易点天下、壹网壹信、②AI客服：焦点科技。目前，AI电商行业的市场竞争格局呈现出多元化、技术驱动和生态构建的特点，各大电商平台/服务商通过技术革新不断提升市场竞争力。

目前，AI电商行业处在第一梯队的有淘宝、京东、拼多多等头部电商平台，依靠公司强大的研发能力不断推出AI产品优化用户体验和提升运营效率；处在第二梯队的易点科技、壹网壹信等头部电商服务商，通过AI技术促进营销转化以及和提高电商平台的服务能力。

AI电商行业竞争格局的历史原因

各头部电商平台凭借强大的研发能力相继推出AI产品。

近年来，中国头部电商平台纷纷推出AI产品和服务，以提升用户体验、优化运营效率并巩固市场竞争力。

【1】阿里巴巴（占据中国电商40%左右的份额）：公司在AI领域的布局广泛，涵盖了电商、云计算、物流等多个业务板块，其中电商领域相关AI产品有①个性化推荐系统：淘宝和天猫通过AI算法实现个性化商品推荐，用户点击率提升20%，转化率提升15%；②阿里云ET大脑：应用于供应链优化、库存管理和需求预测，帮助商家提高运营效率；③AI设计师“鲁班”：自动生成广告banner和商品详情页设计，日均生成1亿张图片等。2023年，阿里云在电商领域的AI解决方案收入突破200亿元。

【2】京东（占据中国电商15%以上的份额）：公司公司在AI技术上的投入主要集中在物流、客服和供应链优化领域，相关产品有①JIMI智能客服：京东的AI客服系统，日均处理用户咨询量超过1,500万次，准确率超过92%；②智能仓储与配送：通过AI技术实现仓储自动化和配送路径优化，仓储自动化率超过95%，配送效率提升20%；③AI价格预测：通过机器学习算法预测商品价格波动，帮助用户选择最佳购买时机等。2023年，公司在AI研发上的投入超过120亿元。

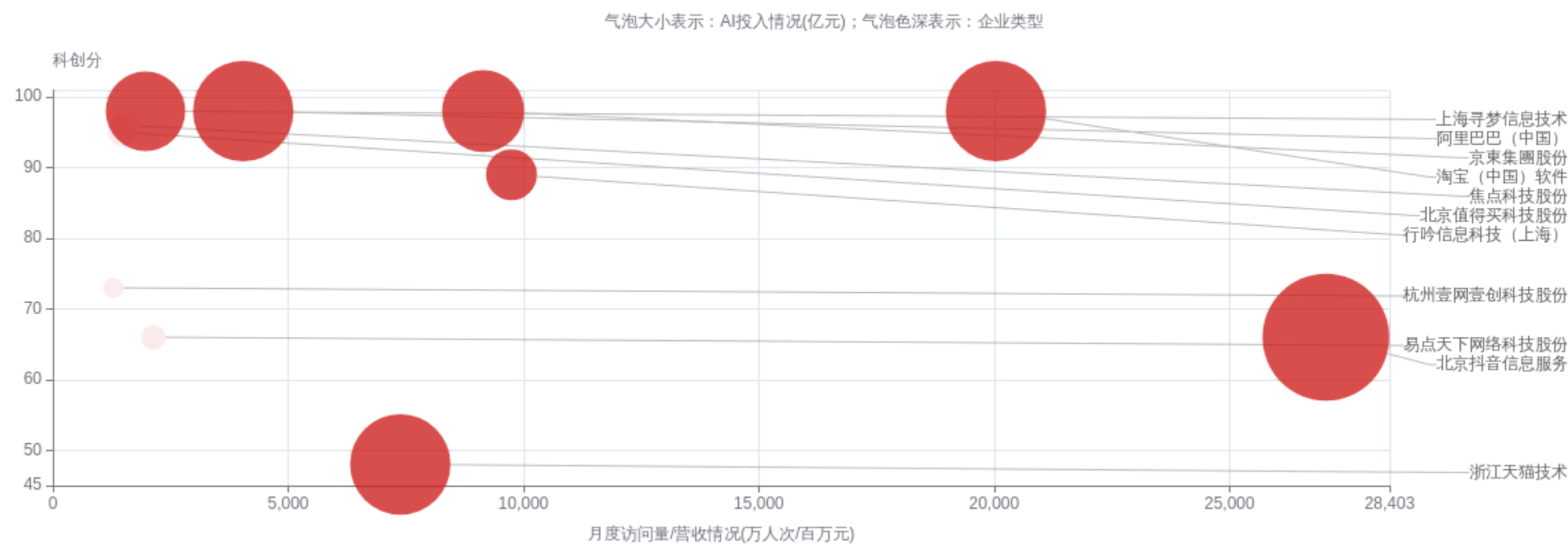
【3】拼多多（占据中国电商15%以上的份额）：公司通过AI技术实现社交电商和个性化推荐，快速崛起为电商巨头，其“社交电商”模式通过AI算法实现精准推荐，用户规模突破9亿。

AI电商行业竞争格局未来变化原因

新兴电商平台的兴起、新技术的推出等将导致行业竞争越发激烈，市场集中度下降。

一方面，抖音、快手、小红书等平台电商的兴起致使电商行业竞争越发激烈（2017-2023年，中国电商行业市场集中度由CR3 90%+下降至70%+），而上述电商平台也纷纷推出AI产品以抢占阿里巴巴、京东、拼多多等头部平台的市场份额。如抖音电商个性化推荐系统可实现精准内

容推荐和商品推荐，用户日均使用时长超过100分钟；快手电商通过AI技术实现内容自动审核，准确率超过90%。另一方面，AI数字人、智能导购等面向电商领域的新AI工具的推出正引领电商运营全面升级，行业竞争将变得越发激烈。如百度优选推出的数字人平台，2024年，月开播主播数同比增长281%，月买家数同比增177%，GMV翻番，数字人GMV超11倍增长。



上市公司速览

北京值得买科技股份有限公司（300785）				厦门吉宏科技股份有限公司（002803）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.1亿元 >	5.5	46.2	-	39.0亿元 >	-21.0	42.9

焦点科技股份有限公司（002315）				易点天下网络科技股份有限公司（301171）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	12.1亿元 >	7.8	80.1	-	17.5亿元 >	10.8	21.5

杭州壹网壹创科技股份有限公司（300792）				商汤集团股份有限公司（00020）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	8.8亿元 >	-1.4	27.4	1.3千亿 >	14.3亿 >	1.3	-

企业分析

1 焦点科技股份有限公司【002315】

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	30604.408万人民币
企业总部	南京市	行业	互联网和相关服务
法人	沈锦华	统一社会信用代码	91320191250002463L
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	821116800000
品牌名称	焦点科技股份有限公司	经营范围	许可项目：进出口代理；货物进出口；技术进出口；互联网信息服务；药品互联网信息服务；医疗器械互联网信息服务；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；基础电信业务；网络文化经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；软件开发；软件销售；计算机软硬件及外围设备制造；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；会议及展览服务；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告设计、代理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；社会经济咨询服务；互联网数据服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

▪ 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
销售现金流/营业收入	1.12	1.11	1.08	1.16	1.14	1.29	1.13	1.07	1.15
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	17.6108	21.1823	24.7986	26.9857	30.9468	35.8693	37.9177	36.2781	36.2663
营业总收入同比增长(%)	-3.0153	38.513	78.4985	-26.3731	12.179	14.7273	27.2999	0.0005	3.5065
归属净利润同比增长(%)	31.7362	-29.3629	-34.1225	-23.0316	168.033	14.8821	41.3252	22.5989	26.1204
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	15.5726	27.1082	18.9017	32.1489	19.6714	12.5376	8.5626	8.1154	7.0622
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	5.2587	4.434	2.8095	2.3538	1.9713	1.6295	1.9344	2.0432	1.6009
每股经营现金流(元)	0.5829	0.7346	-0.5019	1.2828	0.6481	1.7671	1.6872	1.56	2.0164
毛利率(%)	59.6398	61.7142	42.0354	69.5584	76.0911	75.1978	75.2947	80.226	79.4495
流动负债/总负债(%)	86.2117	85.8989	93.3096	95.0179	92.0063	93.6428	84.0587	86.3036	88.7174
速动比率	2.6408	2.3649	1.8246	2.3495	1.9665	1.6074	1.9142	2.0318	1.5964
摊薄总资产收益率(%)	6.7637	4.3104	2.7784	2.1101	5.4747	5.3873	7.2364	8.6248	10.2469
营业总收入滚动环比增长(%)	17.559	43.3324	-20.6333	3.1793	3.7842	6.3599	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	132.8531	-40.1931	-84.7207	-182.8346	-152.5978	-49.2539	/	/	/
加权净资产收益率(%)	8.1	5.8	3.92	3.09	7.82	8.43	11.64	14.34	16.66
基本每股收益(元)	1.3379	0.95	0.31	0.24	0.64	0.57	0.8	0.98	1.213
净利率(%)	31.424	15.7528	5.8573	6.1475	15.2234	15.1418	17.0517	20.515	25.1732
总资产周转率(次)	0.2152	0.2736	0.4743	0.3531	0.3713	0.3649	0.4304	0.4238	0.409
归属净利润滚动环比增长(%)	-16.5107	157.3438	-62.3481	-124.2598	-115.9745	-59.3032	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	9.8327	10.0144	4.6086	4.6193	4.5896	3.341	3.4722	3.6813	3.8417
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	6.6496	8.7306	3.0007	4.8608	5.1245	18.9779	23.8311	21.5245	10.5925
营业总收入(元)	494515188.23	684967683.7	1222656873.08	900204066.26	1009839618.16	1158561329.85	1474847079.86	1474855118.74	1526570607.98
每股未分配利润(元)	3.6655	3.6106	1.5539	1.2146	1.5785	1.4695	1.7129	1.8577	2.1321
稀释每股收益(元)	1.3379	0.95	0.31	0.24	0.64	0.57	0.8	0.98	1.2118
归属净利润(元)	157206159.34	111045902.84	73154210.63	56305632.3	150917649.09	173377334.13	245025889.35	300399006.04	378864573.68
扣非每股收益(元)	0.0045	0.1066	0.1682	/	/	/	/	/	/
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.5829	0.7346	-0.5019	1.2828	0.6481	1.7671	1.6872	1.56	2.0164

公司竞争优势

▪ 竞争优势

附录

法律声明



权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并应提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、提起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

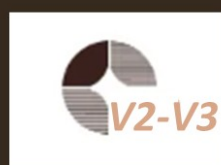
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588