

新技术激发新动能

——与会嘉宾共话新质生产力与新电商融合

本报记者 聂芳芳

如何促进电商行业高质量可持续发展?如何在电商行业中发展新质生产力?零售业如何拥抱数字化……9月27日上午,第四届中国新电商大会主论坛上一场以“新技术激发新动能”为主题的演讲亮点纷呈。电商领域嘉宾齐聚一堂,共同探讨电商发展的新趋势、新技术和新业态,为行业的未来发展提供智慧支持和方向指引。

论坛上,多位嘉宾指出,随着人工智能、大数据、云计算等技术的不断进步,电商行业正迎来前所未有的发展机遇,发展新质生产力将是电商行业的必由之路。

“新电商有别于传统电商,传统电商曾经引领了中国流通业在数字时代的变革与发展,作为新电商具有更重要的意义,会引领整个行业进入一个更加辉煌的发展阶段,而且这个阶段的特征就是在全面地应用数字化、智能化成果,在线上下一体化的基础上实现中国流通业的符合新质生产力标准的创新。”物美集团、多点DMALL创始人张文中表示,展望中国零售业的未来,特别是在当前,发挥新质生产力作用的一个伟大时代,实体

店一定是经过全面的数字化、智能化改造之后的实体店。全面的数字化、智能化改造的实体店,能够提供比单纯的实体店和单纯的电商更多的服务,为消费者提供更大的满意度。

谦寻控股董事长董海锋也坦言,新质生产力助推直播电商迈向新阶段。利用数字化和人工智能等手段赋能品牌商家,为消费者提供更加安全、可靠、便捷的购物体验,促进直播电商行业高质量可持续发展,才能实现商业价值和社会价值的共赢。

然而,在电商领域,究竟该如何发展新质生产力?

电商发展背后自然离不开对新技术的应用,新技术不仅提升了电商的运营效率,还为消费者提供了更加便捷、个性化的购物体验。

“新电商的发展离不开大模型等技术的应用。”360集团创始人周鸿祎表示,电商是一个原生的互联网行业,由数据驱动,天然适合大模型发挥作用。比如,用文本生成做推广文案,用AI数字人做直播带货,用文生图做海报生成、页面设计,用文生视频做营销视频等

等。包括如果做跨境电商,还能用到大模型的语言翻译能力。但是,要想对大模型进行更深度的应用,实现电商内部的提质增效,还需要用好大模型的基础能力和业务能力,提升电商企业内部的业务流程的智能化水平。“我认为,大模型并不是产品,而是能力,需要结合场景才能发挥真正的价值。目前,360集团探索了专家模型协同的CoE方法,具体来说就是集合多个大模型,组成幕僚团,发挥不同模型的各自长处。”周鸿祎说,随着大模型能力更加全面,必将为电商发展注入新的动能,引领电商进入智能时代。

京东集团副总裁王冠之在案例分享时也谈道,京东物流始终把技术创新放在首要位置,致力于创新技术服务与多元场景的有机结合。面对新环境、新变化、新挑战,京东集团也将继续发挥供应链和丰富的产业场景优势,加速推进言犀大模型和AIGC等创新科技创新成果在供应链和企业服务领域的落地,并发挥新型实体企业增长效能,助力更多企业客户数字化转型和降本增效,带动供应链产业链上下游更多生态伙伴高质量发展。



9月27日,第四届中国新电商大会在长春开幕。图为新电商赋能行动计划在会上启动。

新电商赋能行动计划正式启动

第四届中国新电商大会

CNECC 第四届中国新电商大会

9月27日,第四届中国新电商大会在长春开幕。图为新电商赋能行动计划在会上启动。

护航吉林企业扬帆出海

——访吉林省满天欣科技有限公司董事长魏欣

本报记者 陶连飞

第四届中国新电商大会吉林专题展区,同时出现的两个“魏欣”引起了人们的关注:

屏幕上,栩栩如生的数字人“魏欣”,生动详实地向人们推介着企业的AI数字人服务跨境电商业务;

屏幕外,春光焕发的吉林省满天欣科技有限公司董事长魏欣,兴致勃勃地与往来客商对接、合作、洽谈。

新电商领域的新理念、新技术就以这种鲜活生动的形式呈现在人们面前。

2015年,魏欣创办“满天欣”以来,共服务全省500余家跨境电商企业,为企业在发展跨境电商方面提供包括选品、洽谈、关检、汇税、物流、人员培训等综合服务。

魏欣表示,吉林省在汽车配件、生物医药

等领域的产业链供应链具有极强的国际竞争力。但是,相当一部分吉林传统生产企业对于如何利用电商平台“卖全球”了解不多。

“满天欣”正是瞄准这部分市场需求,致力于为吉林企业“出海”提供“保姆式”服务。

跨境电商作为一种以科技创新为驱动的外贸新业态新模式,具有专业性强、技术迭代快的特点。如何护航“吉品”成功“出海”?

魏欣的答案是:智能化。

“今年我们业务中心是‘帮助企业智能化出海’。”魏欣告诉记者,AI技术驱动全球贸易变革,让世界更小,生意更大。目前,企业通过搭建AI数字技术帮助企业精准锚定需求客户,并借助大数据分析,预判国际电商平台用户需求,据此自动开展精准信息推送。

“满天欣”的智能化建设中,最令人耳目一新的,就是用于开展直播带货的各色“数字人”。

据魏欣介绍,第四届中国新电商大会现场,“满天欣”展示了各种肤色、操着各种语言的AI数字人,这些高度智能化的数字模型,能够自动制作直播脚本,实时回复网友留言,对产品的介绍能够做到绝对精准规范,7×24小时直播却不占用人力,已经成为众多吉林企业开展跨境电商直播的“利器”。

“深度参与新电商大会,让我更真切地感受到吉林外向型经济发展的澎湃动力。”魏欣表示,大会期间,自己接触到更多潜在客户,达成了许多合作意向,这也坚定了自己深耕吉林、服务吉林企业的信心。

“相信吉林电商能获得更多发展新突破”

——访河北臻龙集团董事长陈柄臻

本报记者 何泽深

9月26日,第四届中国新电商大会系列活动之产业链合作对接会在长春国际影都举行。对接会上,河北臻龙集团董事长陈柄臻在主题演讲环节针对电商行业的发展路径作出了精彩解读。会后,记者向陈柄臻进一步探究了新电商的高质量发展之路。

“根据商务部统计,我们传统意义上的电商在2023年实现了网上零售额15.42万亿元,较2022年增长11%,连续11年成为全球第一大网络零售市场。其中,实物商品网络零售额占社会消费品零售总额比重增至27.6%。”陈柄臻用一连串数据,向记者展示了电商行业的蓬勃发展。

陈柄臻表示,自己从事电商行业十几年,

在面对近年来电商行业声势浩大的发展规模与商业创新上仍然震惊不已。

“电商已经不再是简单的网络买卖,而是在整个供需链和贸易链过程中,从原材料采购供需到对消费者服务都进行了双向的信息交换,传达和应用集成,并以快速高效的信息交流与直接运用完成完全的商务活动。”陈柄臻说。

“我愿称它是一场商业领域的根本性革命。”陈柄臻用坚定的话语向记者描述。他认为,电子商务带给人们的不仅是商业机会、商业利润,更主要的是商务观念的变更,是经济增长方式的巨大变革,是未来经济发展的挑战,对此,发展电子商务应该有深刻且深远的认识。

那么何为对电子商务发展深刻且深远的认识?陈柄臻说,“首先是个性化购物体验,大数据和AI技术的发展使得个性化推荐成为电商标配。其次,要关注新兴消费群体,目前,90后、00后成为数字消费主力军,银发族和农村网民的消费能力不断增强,新兴市场与下沉市场迅速崛起。我认为电商企业应加强基础设施建设,大力进行技术创新深化,不断满足市场需求,实现环保、可持续发展。”

在采访的最后,陈柄臻表示,中国新电商大会连续四年在吉林举办,无疑为吉林电商发展带去了大量新机遇,相信未来吉林电商能够获得更多发展新突破。

(本版图片均由本报记者赵博摄)

“优质主播培育工程”首批优质直播间(主播)名单发布

本报9月27日讯(记者曲镜涛)今天,第四届中国新电商大会开幕式暨主论坛在长春举办。会上正式发布了“优质主播培育工程”首批优质直播间(主播)名单。

据悉,今年1月,在主管部门的指导下,中国网络社会组织联合会直播短视频专业委员会启动了优质主播培育工程,旨在引导平台企业和机构履行主体责任,挖掘培育一批政治立场坚定、行业示范突出、公益带动有力、社会知名度较高的正能量主播。计划从2024年至2026年,用三年时间培育认定优质直播间6000个,带动平台企业培育优质直播间超过30000个。

为做好优质直播间的评价认定工作,近期,

中国网络社会组织联合会直播短视频专业委员会面向有关中央重点新闻网站、平台企业、MCN机构等会员单位开展了优质直播间(主播)认定工作。认定工作依据《优质直播间认定规范》团体标准,经会员单位推荐、专家评选、第三方机构核查审定、向社会公示等流程,最终确定了首批优质直播间(主播)208个。

此外,大会邀请了参会直播平台、MCN机构代表共同签署了行业自律承诺书,向社会发出规范健康发展倡议,把推动科技向善与依法规范治理、压实平台责任、强化行业自律有机结合起来,为新电商的健康发展提供良好环境。

第四届中国新电商大会首期优质主播培训实践活动启动

本报9月27日讯(记者何泽深)今天下午,作为第四届中国新电商大会的系列配套活动,优质主播培育工程首期优质主播培训实践活动在长春国际影都举行了开班仪式。

开班仪式上,由中国网络社会组织联合会认定的近百名首批优质主播代表齐聚吉林,参加培训及实践活动。其间,吉林省科学技术协会、吉林省文化和旅游厅、长白山管委会围绕吉林省优势资源,对主播们进行了推介。吉林人参在中国新电商大会上高光出彩,成为本次推介的重点以及主播们关注的焦点。

来自深圳的64岁主播林登登向记者表示,自己以往对吉林人参的历史与采挖文化并不熟悉,但通过这次培训实践活动,学习了很多关于吉林人参的知识,让自己与身边的主播对吉林人参产生了浓厚兴趣。“参加了今天的学习,在今后的直播过程中,我会更好地把吉林人参文化传播给广大粉丝与观众。”林登登说。

据了解,本次优质主播培训实践活动为期三天,接下来还将走进一汽NBD总部、长影旧址博物馆、长白山等地进行参观学习。

京东集团副总裁王冠之——创新供应链技术赋能企业发展

京东集团定位于“以供应链为基础的技术与服务企业”,创立20多年来,始终保持对成本、效率和体验的战略聚焦,持续投入供应链基础设施和技术创新,为用户带去“多快好省”的极致体验,推动品牌和商家实现良性增长。在促消费、保民生的同时,也在高质量就业、乡村振兴等方面创造更多可持续发展价值。

京东物流始终把技术创新放在首要位置,京东物流技术驱动的产品和解决方案涵盖了包括

园区、仓储、分拣、运输和配送等供应链的主要流程和关键环节。

面对新环境、新变化、新挑战,京东集团将继续发挥供应链和丰富的产业场景优势,加速推进云系大模型和AIGC等创新科技创新成果在供应链和企业服务领域的落地,并发挥新型实体企业增长效能,助力更多企业客户数字化转型和降本增效,带动供应链产业链上下游更多生态伙伴的高质量发展。(本报记者曲镜涛整理)

贵州“村超”总策划、山呷呷集团董事长欧阳章伟——“村超”的实质是打造品牌

贵州“村超”的火爆,有几个关键词。一是人民。“村超”始终坚持“人民主体、人民主创、人民主推、人民主接”。二是新媒体。榕江县提出了“把手机变新农具、数据变新农资、直播变新农活”的理念,培训了3万多人次的数字新农人。三是担当。干与不干在一念之间,榕江乃至贵州各级的领导选择了担当。四是共享。“村超”按照自己三步走的战略,自己玩、全国玩、全世界玩。“村超”的实质是打造品牌,打造一个植根于人民

群众的超级品牌。榕江县做了一个顶层设计,“村超”品牌收益的51%用于发展200多个村集体经济,49%用于乡村足球发展基金,用于各种体育基础设施和补贴球队啦啦队。“村超”始终坚持球场内无商业广告,通过做大品牌,在球场外尽情市场化。“村超”通过足球,吸引眼球。踢好快乐足球,打造快乐品牌,搭建快乐平台,传播快乐文化,发展快乐经济。

(本报记者聂芳芳整理)

星球研究所商业运营总监张粹格——用长期主义赋能文旅传播

星球研究所是一家地理科普机构。现在我们在全国拥有超过2000万的粉丝,在公众号、视频号、B站、抖音、快手、微博等平台,都拥有一大批深度有黏性的粉丝。

地理科普需要比其他内容更加深度的沉淀。绝不仅仅是知识分享,更是在帮助我们重新解读与世界的关联。在星球研究所看来,当下的传播环境里,能够产出优秀内容,一共有两点。

首先,踏实做内容。我们会花一个半月的时间去写一篇文章,这在推崇“快”的时代里是非常

少见的。我们7年只创作了300多篇头条文章,平均一个月发4篇。一篇文章字数在5000字以上,需要花半个小时以上的时间去阅读,但依然能够达到破千万的阅读量。

第二是坚持做深度、经典、系统。我们认为,大到省、小到区,每一个地方都值得被讲述。我们通过一个事件去了解一座城市背后的历史故事,助推地区被更多人关注。希望以上我们的这些理念能够为吉林文旅事业发展作出更大的贡献。(本报记者陶连飞整理)



9月27日,第四届中国新电商大会启幕,吉林、吉参等五大板块“特产”亮相金色大厅吉林专题展区。图为在人参展区,工作人员向与会者介绍人参深加工产品。