AI重塑“双11”电商新生态

无锡商家解锁大促“新打法”

每一年“双11”，都是电商业态迭代的观察窗口。今年“双11”最大的行业变量，是AI彻底走出行业概念，全面落地电商运营全链条。无锡本土商家率先实战，依托数字人直播、AIGC内容创作、智能客服等工具，实现降本增效、销量突围。

AI为电商行业打开了新的效率空间，技术门槛持续下降，然而新技术带来的增收增效的机会，最终受制于经营主体的应用能力与运营思路。

本土品牌落地AI实战

点进鱼跃制氧机的直播间，屏幕里，阳光透过百叶窗洒进来，主播身旁一盆高大的绿植衬得画面通透自然。可走进位于新吴区的直播基地，里面只有一块绿幕，镜头前甚至没有主播——画面里那位不紧不慢介绍产品参数、语气自然表情到位的主播，是数字人。直播负责人何静介绍，AI数字人技术在直播间已经全面应用。“我们采集了真人的面部特征，后台输入产品文本，她就能一直口播，肉眼看上去跟真人无异。非黄金时段由数字人24小时循环播放产品参数，把人工省下来，集中放在流量最好的时候，真人主播上去做互动转化。”

她补充道，AI在鱼跃落地的还有内容生产和客服应答两个环节。制氧机多品类、多卖点，同一个功能要按流量、人群、场景写出七八个版本，过去一个SKU从提单到上线一周起步；把卖点结构化、模板化后，同样人力可以并行铺多个SKU。客服端，AI接住物流查询、基础操作咨询等标准化高频问题，首响从分钟级压到秒级，客服可以专心处理售后和复杂疑问。

本土品牌诺曼宠物则是另一套“打法”，运营人员把同一款宠物雨衣的卖点输入AI工具，十几分钟后，屏幕上排出十几条风格各异的短视频素材：有测评向的，有趣味向的，还有针对年轻养宠人群的种草文案。“宠物玩具上新快，靠人工拍剪根本跟不上节奏，AIGC帮我们快速出视频，省下很多人工，上新测款的速度快很多。”诺曼宠物相关负责人介绍，依托AI内容持续输出，品牌在短短三个月抖音孵化期内涨粉1万，累计实现销售GMV超200万元。

人机协同重构运营模式

AI改变的已不只是某家企业手里的工具，而是整个电商行业做生意的规则。今年“双11”，超500万淘宝商家上线AI店长，9万余家京东商家启用数字人直播，1688千万级商户接入AI智能



工作台。无锡大鲤鱼文化科技发展有限公司总经理吴俊的感受很直接：“用AI和不用AI的商家，在内容产能、营销效率和运营成本上，已经没法放在同一个尺度里比较。”

“过去拍摄短视频、筹备直播成本高、周期长，商家上新多是谨慎押宝。依托AI，素材可以低成本批量生成，快速测试款式与营销话术。”电商运营从业者孟垚垚介绍，长久以来，高频更新内容、全天候直播值守、秒级客服响应，都是需要大量人力支撑的重运营工作，如今AI主要承接批量素材制作、数字人基础轮播、标准化客服答疑等重复、机械的基础性工作，有效分担人工压力。

不过，AI的工具属性依然存在明显边界，无法独立完成完整的商业运营。走访了解到，普通AIGC自动生成的图片、短视频常存在细节失真、画面粗糙、质感不足等问题，需要人工调校。尤其在鱼跃制氧机所处的医疗器械赛道，行业监管严苛、专业门槛极高，AI自动生成的宣传文案，极易出现表述不严谨、专业偏差、合规踩线等风险。对此，何静坦言，企业所有AI产出内容，都必须经过人工逐条审核、校验、修正，“AI可以快速出量，但专业度、严谨度和合规底线，必须靠人牢牢守住。”

AI负责高效“量产”，人工负责精准“把关”，人机协同、互为补充，成为当下电商运营的真实常态。

工具普惠不等于红利均等

技术门槛持续下放，是不是意味着人人站在同一起跑线上？吴俊的回答是辩证的。“很多人以为会用豆包、会用DeepSeek就是会用AI了，其实差得远。”在他看来，AI工具上手门槛低不等于用得好，真正拉开差距的是工具组合、经营者的认知理念和运营思维。

“头部品牌可以投入成本训练专属风格模型、搭建自动化运营闭环，有专人做提示词优化和投放复盘；中小商家受成本、技术认知、配套运营能力限制，同样是用AI，产出效果与转化效率相去甚远。”他观察到，市场上还有乱象，有服务公司向中小微商家兜售两三千元的“包年GEO服务”（GEO即生成式引擎优化，指让品牌信息更容易被大模型收录和推荐）但实际只是帮建自媒体账号发文章，内容几乎不被大模型收录，“钱花了，效果为零。”

他认为，长远来看技术平权确实在发生，只是平权不等于均等。中小商家用AI正在分出两条路。一部分把AI当成效率工具，聚焦自己的小赛道——细分品类、本地生意、小众人群，用AI降低拍照、剪辑、直播的人力成本，缩小和头部在内容产能上的差距。“以前雇摄影师、主播成本高昂，现在仅有一两人的小团队也能高频更新素材”，另一部分只会跟风套用模板，过度依赖AI，缺少自己的判断和思考，选品和内容没有差异化，最后只能卷价格，反而越来越难。

在吴俊看来，AI本身不是造成差距的根源，红利能否普惠，既考验商家自身运营能力，也依赖基地、平台配套引导。让AI成为中小商家的“加速器”，而不是只属于头部的壁垒，才是这场效率革命更值得期待的方向。 （陈婧怡）

图为8日，工作人员在位于锡山区的诺力销售（无锡）有限公司参与线上全国经销商直播PK赛，对电动叉车等主营产品开展直播带货，“抢滩”年终销售市场。 （朱吉鹏 摄）

“智慧协同”取代“人海战术”

“灯随车变” 无锡急救再提速

本报讯 “东方天郡有一名患者要迅速送往人民医院，开启绿波车道！”日前，早高峰期间，救护车接到患者后，随车工作人员立即点击“120急救车辆应急救援”车载终端开启绿波模式——沿途信号灯一路飘绿，救护车到达医院仅18分钟。这套为急救护航的绿波系统，由市公安局交管支队联合公安部交通管理科学研究所研发，依靠信控联网实现一键绿波、一键护航。据悉，该系统自8月在梁溪试点应用以来，已累计护航69次，平均急救转运时间环比下降55.6%，为危重伤病人员搭建了生命绿色通道。

以往，有紧急送医的需求时，开启绿波模式需要医护端向交警端寻求帮助。如今，医护端也有了按需开启绿波车道的权限。在人民医院一辆救护车上，一块显示屏标记出各个路口的信号灯。这不是寻常的地图，而是“120急救车辆应急救援”车载终端，依托无锡车路云一体化建设的技术支撑，打通了警、医两个部门的工作壁垒。系统上线前，交管部门为12家定点医院“一院一策”制定交通秩序整治方案和68条常备线路保障预案，使用时，医生只需点击“一键绿波”，系统就会自动生成最适合的绿波道路。而且，此前即使绿波模式开启，也不能确定救护车是否按照预定速度绿灯通过。为保证万无一失，警医联动护航采取“人海战术”，警力驻守在各个信号灯下等待救护车，手动调控信号灯，做好最后一道保障。如今，全市超4000个路口的信号灯全部接入智慧交通大脑，车载终端的定位与后台同步。“调控权限移交到了救护车上的工作人员，让最掌握情况的人来做决策。”市公安局交管支队事故大队副大队长房子元说。

对危重伤病人员来说，送医不仅要快，更要送得精准。“送医首先遵循就近原则，但无锡各个医院各有擅长，不同部位受伤的患者，送到不同医院救治效果不同。”房子元说。为此，系统构建了“警医一体”快反体系，让事故出警民警与医院精准对接。系统当前已统筹设置83个急救站点、定点医院。遇到危重病人，车载终端可实现患者、医院、民警三方可视通话，实时掌握伤员情况，精准调度救援救治。终端投用后，交通事故危重伤员定点医院送达率提高至84%。

生命绿色通道畅通了，病人就医也相应提速。当快反机制启动，医院就可以根据前端医护人员报送的现场情况，同步启动急救预案。一个更健全的医疗保障体系也搭建完成——255名多学科专家组成的专家库还在后端作支撑，为危重伤员应急救治、远程会诊，遇到紧急情况还可调度。记者了解到，该系统试用以来，已有21名伤者得到调度专家救治。 （崔欣润）

最低气温5℃

无锡开启“速冻”模式

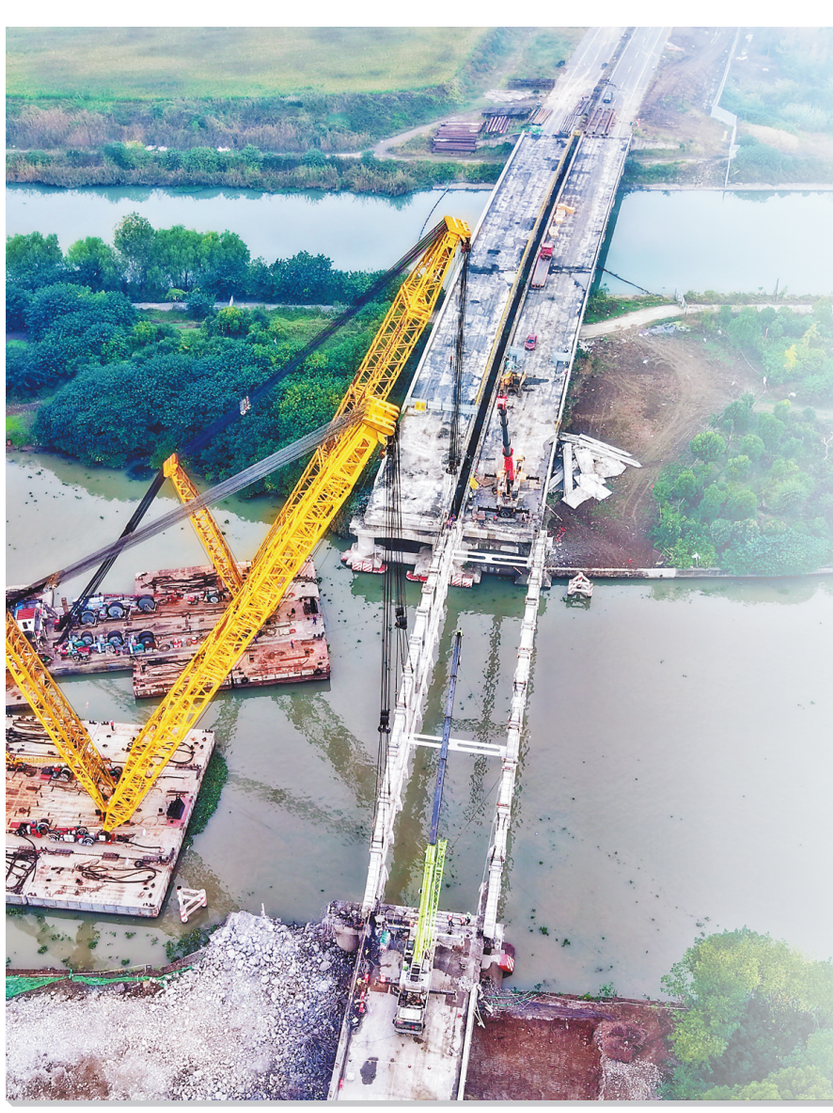
本报讯 受北方强冷空气南下影响，近日气温快速走低，无锡开启“速冻”模式。市气象台昨日发布了降温报告和大风警报，当天我市最低气温5℃，陆上阵风7到8级，水面8到9级。

据无锡气象预报，10日至12日白天以多云天气为主，今天早晨最低气温也将降至5℃上下，且局部有霜或霜冻。今天最高气温15℃，明天最高气温18℃，12日夜里至14日还将有一次降雨过程。

最低气温跌至5℃，不少市民感叹无锡进入“速冻”模式，是不是快要入冬了？按照气象标准，入冬需要满足连续5天日平均气温滑动平均值低于10℃，首个达标日即为入冬首日。“从当前预报来看，尽管最低气温跌到个位数，大家已经穿上冬装，但白天最高气温仍在15℃上下，后续还将回升至接近20℃，目前还达不到气象学入冬标准。”市气象台专家表示。

尚未入冬，不等于体感不冷。冷空气加持下，大风会进一步拉低体感温度，等到后续降雨来袭时，湿冷感会更加明显，保暖切不可松懈，市民可根据天气变化及时添衣，谨防换季着凉感冒。

（章蕴琪）



直湖港上“空中转体”完成主拱拆除

312国道锡常“牵手段”启动前期施工

本报讯 洛社镇直湖港航道上方，一台浮吊缓缓收钩，巨大的系杆拱肋在空中平稳转体、精准落位。近日，312国道洛城大道至常州界段直湖港老桥主拱完成拆除，主辅共建桥梁施工迎来重大突破，标志着312国道锡常“牵手段”正式启动前期施工。

直湖港航道水情复杂，老桥紧邻既有线路，狭小的作业空间内，吊装、监测、值守多岗协同联动。“老桥是系杆拱桥，为交通要道，封航、封路的时间窗口都掐着秒算。再加上跨无锡、常州两地，航道封航、地面导改，跨区域协调任务较重。”市建管中心相关负责人介绍，本次拆除最棘手的是主拱起吊转体整套工序，属于高风险、高精度的控制性节点，稍有偏差，轻则拱肋变形，重则吊装失稳。

面对难题，不打无准备之仗。市建管中心相关负责人表示，施工前期，项目部多次组织专家论证，反复打磨吊装方案，全过程实时采集数据，动态研判安全。此外，锡常两地海事、交通执法、水利等多部门加强联动，提前办好临时封航手续，精细疏导水陆交通，合力护航主拱拆除“一吊成功”。

此前，两市高架“双向奔赴”，但一直未通，成了通勤族和物流司机心中的堵点。眼下，这段“最后的缺口”正在加速补上。目前，洛社段主体工程已进入施工准备和临设搭建阶段，交通导改、绿化及管线迁移同步推进，洛杨路至常州界段主线高架桥桩基施工已铺开，近期将全面封闭交通启动主体施工。

312国道洛城大道至常州界段工程是我市完善区域干线公路网、推进苏锡常一体化发展的重要基础设施项目，线路全长10.256公里，其中LS13标段起于261省道交叉口东侧，终至锡常两市交界处，全长4.222公里。“别看只有几公里，此段一通，苏锡常核心区之间就是一条免通行费、无红绿灯的黄金大动脉。”长期关注区域交通的业内人士说，从苏州太阳路高架一路向西，经无锡硕放机场北侧、洛新高架，过直湖港大桥直入常州青洋路高架，全程高架直连，无锡市中心到常州武进的车程将从近1小时压缩到半小时左右。更大的价值在产业层面：这条通道串联苏州工业园区、无锡惠山经开区、常州经开区，建成后，零部件配送、产业协作的物流成本将降低，助力沿线新能源、智能制造集群发展。

据悉，下一步，参建各方将严抓质量、安全、进度与绿色施工，全力推动项目早建成、早通车，让这条锡常“牵手大道”尽快惠及沿线百姓与产业发展。

（孙倩茹 文/敖翔 摄）

一边疏通堵点，一边焕新环境

万象城西区通行多了一座“民生桥”

本报讯 万象城西区停车绕行、通行拥堵的难题迎来新解法。日前，记者在万象城西区附近的东湖外河河畔看到，河面上新添了一座轻盈精巧的人行桥，桥西连通蠡湖大桥公园东区停车场，桥东对接丝竹道人行过街斑马线，市民停好车，过桥便可直达万象城。一座小桥，有效盘活了万象城外围停车资源，缓解了片区道路交通压力。

新建的人行桥跨径17米，桥面平缓起拱，桥宽由2.75米渐变至4米，勾勒出灵动舒展的双曲线造型，和蠡湖滨水风光融为一体。新吴区建管中心项目负责人介绍，蠡湖大桥公园东区停车场与万象城西区漫巷隔河相望，场内约有120个公共车位。建桥之前，市民在此停车后，需要沿大剧院路绕行700多米才能抵达商场。而且改造前，停车场旁的东湖外河和尚风桥浜两段河道存在淤积、岸坡杂乱、水体自净能力不足等问题。针对市民集中反映的出行堵点、环境短板，万象城西侧人行桥新建、东湖外河及尚风桥浜河道综合整治两项工程同步启动，一边疏通堵点，一边焕新环境，用实实在在的民生工程回应群众期盼。如今，有了人行桥，从蠡湖大桥公园东区停车场步行至万象城西区仅需2分钟左右。与人行桥同步完成提质的东湖外河（大剧院路—丝竹道段）、尚风桥浜（蠡湖大道—东湖外河段）水清岸绿，不仅重塑了稳定健康的河道生态，还为市民提供了一处滨水休闲新空间。

据悉，万象城周边拥堵点改造工程涵盖步行系统优化、非机动车停放布局、网约车候车点位设置、机动车通行配套等内容。目前，整个工程已进入收尾阶段，完工后将多维度疏导商圈高峰车流和人流，持续改善片区通行条件，让市民逛商圈出行更顺畅、滨水休闲更舒心。 （刘丹 图文报道）



中国移动 China Mobile | 燃情苏超

从“到场观赛”到“到场消费”

“冠军之城”如何不只火在夺冠夜？

连日来，无锡燃起了一股“薅羊毛”的热潮：全市21家景区推出免首道门票、5折门票等福利，短保零食品牌“一颗然”送出百万瓶庆功饮料，有人以1元“秒杀价”看上了无锡大剧院的热门大戏……这一切，都是为了庆祝这座城市取得的新称号：冠军之城。

对比去年依靠全网玩梗收获线上热度，本届“苏超”赛事最大的收获，是成功借助观赛需求，培育出了“到场消费”的新风潮。本赛季，无锡8场主场赛事吸引近22万人次现场观赛，场均客流达2.73万人次，同比上涨16%；无锡队常规赛最后一轮主场比赛，带动赛事所在的周五至周日景区累计客流环比上升7.9%，其中客队城市游客环比上升184.6%。越来越多球迷告别居家看球，主动奔赴线下欢聚，直接撬动了全城消费，主场比赛日所在的周末全市消费总金额同比增长5.9%。

线下观赛的热潮，不断创造着新的消费意愿。棋全机器人旗下的舞蹈机器人小麒身着无锡队战衣，在无锡国家集成电路设计中心“第二现场”进行展演，一晚上便吸引十余位客户现场咨询企业产品；王兴记南长街餐娱综合店打造观赛专区，餐后观赛需求带动二楼茶室销售额在全店占比中翻倍；无锡队对战扬州队的主场赛事期间，主场江阴市设置20余处“第二现场”，累计人流量达5.9万人次，产生直接经济效益超200万元……餐饮美食、商圈消费、产业展销，线下观赛释放出多元消费动能。

热潮之下，新的考题随之而来：如何把“苏超”带来的短时流量，固定为长久不衰的城市热度，让“冠军之城”从赛事IP真正化为城市符号？

围绕这一点，无锡确已占据了天时地利：从去年一度落后，到今年坐拥冠军宝座，场上球员的拼搏，赋予了无锡“冠军之城”的鲜活内核，天然形成了可持续运营的流量标签；作为全国“三新”消费试点城市，无锡已孕育出万象城西区首发集聚区、霞客国际文旅中心、惠山泥人IP旗舰店等一批创新消费场景与文旅精品项目，具备将体育热度转化为城市消费活力的硬件条件。

夺冠之后，不少无锡商家已经自发做出了探索。老字号三凤桥致敬冠军队“硬骨头”精神，上新酱大骨并给出夺冠福利价；为庆祝无锡队夺冠，无锡现代农业博览园推出田园食趣、户外探险、民宿酒店一揽子福利；无锡苏宁广场投放10000份10元轻餐券……跳出过往票根优惠仅针对持票球迷的局限性，把冠军热度渗透到文旅、零售等各行各业。

但仅凭商家自发跟进，就只能局限于赛事的临时配套，不能发挥出“冠军之城”的全部商业价值，形成独立的消费场景。热度的长效留存，离不开系统化的持续赋能。全市上百个“第二现场”能否跳出赛事局限，成为集体育展演、文艺演出、消费市集于一体的常态化载体，持续留住市民“走出家门过周末”的习惯？参考去年泰州围绕“游苏超冠军城 享泰州早茶情”，打造长三角首趟泰州美食专列的探索，无锡能否依托冠军IP，打造体旅融合的周末线路？

一场赛事的火爆只是短期现象，一座城市的竞争力，更多体现在高光褪去之后的日常运营。守住“到场消费”的新习惯，把一次性的赛事狂欢，打磨成常态化的周末休闲模式，才能让“冠军之城”真正成为无锡持久闪亮的城市名片。

（龚燕、见习记者 陈歆怡）