

“双11”迈入效率竞争新阶段：AI与即时零售重构增长逻辑

■本报记者 梁傲男

一年一度的“双11”大促拉开帷幕。行至第十七年,各大平台的“双11”竞争策略逐渐转变——从单纯追逐流量规模,转向以技术驱动和效率提升为核心的高质量增长模式。

10月9日,京东率先启动“双11”,以“现货开卖”模式打响头炮;10月15日晚8点,天猫紧随其后开启预售。值得注意的是,小红书、抖音、快手等平台也纷纷加入战局,将原本的单日促销盛宴延伸为持续月余的消费季。

在这场历时更久的耐力赛中,两大趋势正重塑电商行业的竞争格局:一方面,AI技术全面渗透电商运营各环节,推动“智能驱动”取代“流量驱动”;另一方面,即时零售强势崛起,以“近场”消费撬动“远场”增长,构建线上线下融合的新生态。平台间的竞争,正从价格战、流量战升级为技术、效率和体验的综合较量。

大促周期延长 平台竞相抢跑

“十一”黄金周刚结束,电商平台便迅速转向“双11”战场。京东凭借“现货开卖、价格直降”的简化策略率先出击,数据显示,10月9日至10日,京东APP活跃用户数同比增长47.6%。截至10月14日12时,家电、手机、数码、电脑等带品类订单量同比增长超70%。

京东方面表示,选择在黄金周结束后启动“双11”,旨在为消费者提供更充裕的选购时间。同时,促销玩法进一步简化——取消凑单规则,实行单件商品价格立减,并全部现货开卖,大幅提升购物体验的流畅度。

淘宝天猫“双11”预售数据也表现亮眼:预售首小时,35个品牌成交额突破亿元,1802个品牌实现成交额同比翻倍增长。破亿元的品牌数、成交额翻倍品牌数、活跃用户数均超过了去年同期,显示出平台强大的品牌号召力。

值得一提的是,小红书在启动的市集“双11”中也取得了显著成效,数据显示,活动开启48小时内,下单购买人数同比增长77%,交易订单数同比增长73%,销售额破百万单的商品数量同比激增155%,展现出内容电商在商业化转型中的巨大潜力。

对于各平台提前启动“双11”的现象,电商投资人、海豚智库创始人李成东认为,大促提前本质上是平台对商家资源的战略性争夺。商家在“双11”期间的运营精力有限,先启动的平台自然能获得更充分的筹备时间。同时,提前抢跑既能平抑流量峰值,减轻服务器和物流压力,又能优化配送体验。

网经社电子商务研究中心主任曹磊表示:“‘双11’的流量争夺已进入白热化阶段。头部电商平台通过延长促销周期,有效留住了用户的消费注意力,增加了销售机会。”

在业内人士看来,这场提前开启的“双11”大战,不仅反映了电商

行业竞争格局的变化,更展现出平台在用户体验、商家合作和技术创新等方面的多维较量。随着促销周期延长、玩法简化、补贴加码,今年的“双11”正演变为一场考验平台综合实力的“马拉松”。对于消费者而言,更长的选购期和更简单优惠机制,或许能带来一个更加从容的购物体验。

AI全面落地 驱动经营效率提升

10月16日,在天猫“双11”启动之际,天猫总裁贾洛表示,AI及大消费两大历史机遇交汇,天猫押注投入AI升级产品能力,结合算法重磅投资核心用户,扶持优质品牌做品质升级,让品牌经营更高效、用户更活跃,购物体验更即时,为品牌开启高效增长黄金时代。

今年以来,淘宝天猫押注投入AI产研,为品牌带来跨越式发展新机会。淘宝天猫平台的算力同比提升40倍,对用户行为序列长度的感知,从半年周期提升至10年,大幅提升商品推荐的精准度,带动购买效率提升25%。

目前,品牌在天猫经营可以做到全链路AI化,覆盖经营分析、商品运营、素材制作、人群运营等绝大部分环节,或可为商家总体节省数百亿元的成本,使其经营效率大幅提升。

今年“双11”,天猫将发放500亿元消费券补贴用户,其中部分消费券将由AI“智慧引擎”统一决策发放。试点期的数据显示,AI“智慧引擎”转化率率相比以往提升15%,此举能让消费补贴更加精准。“我们希望AI能解决消费痛点,实现流量匹配效率双位数增长,让商家获得增长。”阿里巴巴中国电商事业群搜推智能总裁凯夫表示。

京东也在加速AI布局。今年“双11”期间,京东免费向商家开放使用京点点、京东玲珑、京小智等AI工具,覆盖制图、发品、直播、客服等开店全链路。此外,京东数字人JoyStreamer、京东附身智能JoyInside、模型开发平台JoyBuilder均将向合作伙伴开放并提供免费体验机会。

京东集团高级副总裁、京东集团产品委员会主席胡喜表示,用户真正需要的是“举重若轻”的智能体验,既能在日常消费中保持“轻购物”的流畅,又能在重要购物决策时获得“慢购物”的深度支持。京东零售在AI电商领域的探索将深度融合多模态交互方式,在保留传统沉浸式浏览、下滑推荐和精准推荐的基础上,进一步贴合用户大脑的决策模式,兼顾快思考与慢思考,实现直觉与理性的结合。

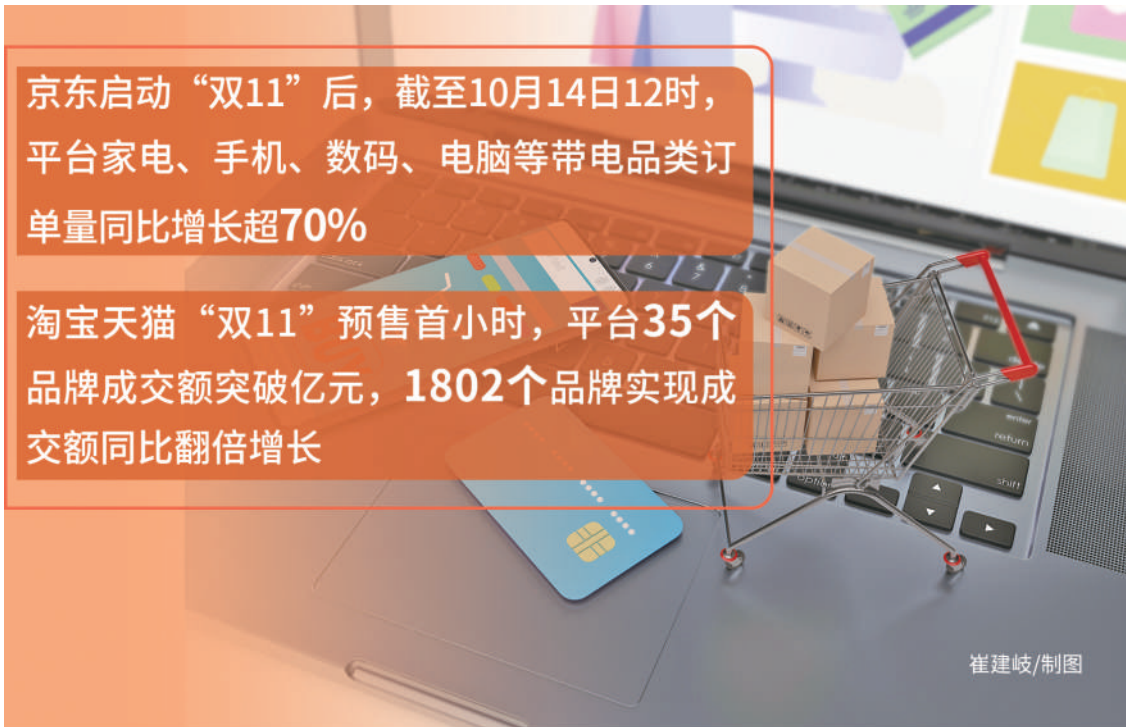
一位电商行业分析师表示,AI技术已全面渗透电商业务全链条,在内容生成、智能推荐、客服响应、供应链管理等关键节点发挥效能。随着AIGC、大模型、智能推荐、虚拟导购等技术的加速落地,电商行业正经历从“流量驱动”到“智能驱动”的深刻变革。这场以AI为核心的平台竞争,不仅定义着电商运营模式,更将推动行业进入

重要引擎,其不仅能极大提升文字到视觉的转化效率,为大量IP带来开发机会,也将为相关作家开辟全新的转型路径。

在短剧领域,阅文已成功跑通与作家、编剧及行业伙伴的共创模式。除了打造原创编剧团队,阅文也是业内首家成功推动网文作家向短剧编剧跨界的平台。短剧不仅为作家带来实实在在的收益增长,也对原著内容形成反哺。多部短剧上线后,原著阅读量迅速攀升,实现了短剧领域的影射联动。

继阅文在短剧赛道连创佳绩、爆款率超60%后,侯晓楠宣布升级“创作合伙人计划”,在深耕短剧之外人局漫剧新赛道。

与动画类似,漫剧作为轻量化内容,需要强故事支撑。数据显示,2025年上半年国产动画热度TOP10中,有8部改编自阅文IP。阅文的海量IP储备、动漫产能及AI技术,将为其进军漫剧奠定基础。



拼内力 “双11”才能焕发新活力

■ 贾 丽

2025年“双11”电商节帷幕拉开。今年“双11”,部分电商平台已57天的超长周期再度刷新纪录,造就史上“最长双11”。从最初24小时的“秒杀狂欢”,发展成如今近两个月的“消费季”,这场购物盛会已逐步升华为推动电商基础设施完善与数字商业生态成熟的关键力量,在物流、普惠与服务的升级中持续为经济增长注入活力。

然而,繁荣之下,一些成长的烦恼也相伴而生。曾经令人心动的“限时抢购”变成了漫长的“持久战”,简化的折扣被复杂的满减规则取代,成为商家和消费者“甜蜜的负担”。

对消费者而言,“购物狂欢”变为一场“数学考试”,复杂的计算、不透明的价格、漫长的等待,都在悄然消解着购物节的魅力。“错过等一年”的稀缺感逐渐被“随时可买”所取代,

效率与体验双重升级的新阶段。

即时零售崛起 “近场”撬动“远场”

在线上流量红利逐渐见顶的背景下,各大电商平台正积极寻求新的增长路径。今年“双11”的一个显著趋势是:头部平台不再局限于传统电商玩法,而是加码即时零售,试图通过“近场”消费场景撬动“远场”交易,构建更为完整的消费生态。

作为阿里巴巴在即时零售领域的重要布局,淘宝闪购首次参与“双11”大促。10月15日至11月14日期间,88VIP用户可在闪购频道每日领取两个5折专属红包。这一举措,被视为平台希望通过会员权益推动用户心智养成和消费习惯迁移。

阿里妈妈市场部及商业化运营中心品牌业务负责人虎豹表示,今年“双11”将有千量级(数千家)

“双11”独特的仪式感与价值也面临挑战。

商家端的变化同样值得关注。随着平台佣金与流量成本攀升,“双11”虽仍是重要销售节点,但商家投入的性价比正被重新审视。预售机制在锁定订单的同时,也因体验不佳而引发部分消费者的抵触,其效果已不如往昔。

基于此,笔者认为,平台应当认识到,无休止地延长促销周期,设计复杂规则,无异于饮鸩止渴。这种“内卷式”竞争不仅难以持续,更会加速消耗“双11”这一优质商业IP的价值。行业亟须回归商业本质,重构发展逻辑,从拼数据转向拼内力,让“双11”焕发新活力。

首先,平台与商家应重塑价值导向,从单纯追求GMV(商品交易总额)转向提升用户体验,让购物回归路径的变化很可能带动平台流量和效率的快速上涨。

其次,创新始终是行业发展的第一动力。平台和商家要创新服务

品牌入驻淘宝闪购,未来一段时间淘宝可能进行调整,用户在品牌旗舰店下单可以选择正常快递发货还是即时零售配送到货,这种用户路径的变化很可能带动平台流量和效率的快速上涨。

事实上,淘宝闪购已展现出强劲的增长潜力。今年7月份,已有395个非餐饮品牌在该平台月成交额突破百万元,66个品牌突破千万元。8月份前三周,淘宝闪购带动淘宝App月度活跃消费者同比增长25%。数据表明,即时零售正成为淘天系拉动整体消费的重要引擎。

京东同样在加速布局即时零售生态。在“双11”发布会上,京东宣布本地生活业务将首次联合超过300万餐饮、即时零售及酒旅商家参与大促,覆盖从居家到出游的全场景消费需求。

目前,京东已在其“秒送”业务中整合“小时达”和“到店取”两种履约模式,通过全链路数据协同提升配送效率。同时,平台还设立了

出版或长视频逻辑去估值。

升级三大AI能力

当AIGC可以把一部千万字小说在一小时内生成“多语种剧情摘要+人设卡+世界观报告”,IP经济就不再是卖版权那么简单。

阅文高级副总裁黄琛在现场发布了三项AI应用升级,即行业首创的千万字网文深度理解能力“妙笔通鉴”以及“版权助手”“漫剧助手”,覆盖创作辅助、版权开发和漫剧改编不同环节。

黄琛表示:“从创作源头的作家助手,到价值挖掘的版权助手,再到形态衍生的漫剧助手,我们用AI打造了一套贯穿IP生命周期解决方案。这一切只为一个目标:让好故事的诞生更容易,流转更高效,绽放更璀璨。”

据悉,阅文于2023年发布的首个网文领域大模型“阅文妙笔”,已有75%作家常态化使用。在翻译方

模式,通过技术赋能提升供应链效率,通过内容创新增强消费体验,通过服务升级建立信任纽带。

最后,产业链各方可联合进行有益探索并尝试变革,如物流服务的破壁合作、优惠机制的简化、售后保障的升级等。健康的商业生态应细水长流,而非依靠阶段性“大水漫灌”。

“双11”的发展是中国电商从萌芽到繁荣的缩影。面对成长中的烦恼,行业需要的是冷静思考而非盲目扩张。各方应将目光从销售数据转向用户价值,从短期利益转向长期发展,从而走上可持续发展的道路。

在笔者看来,“双11”不应是一场越来越长的数字游戏,而应成为展示中国电商创新实力与服务水准的重要窗口。电商平台宜以此次“双11”为镜,主动求变,让“双11”持续焕发新生机,共同推动行业迈向高质量发展新阶段,为中国消费市场注入源源不断的活力。

35万元激励奖金池,为即时零售商家提供最高10%的返利支持,构建良性共赢的合作伙伴关系。

“即时零售正驱动消费体验进入‘万物到家’的新阶段。该业态从培育用户习惯的外卖起步,已成功延伸至数码、医药等高价值品类。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇表示,头部平台正通过提升履约效率与创新服务场景,推动行业走向系统性的整合与升级。

中信证券研报显示,2025年,即时零售伴随美团、京东、淘宝的外卖竞争而加速扩张。考虑到“双11”大促期间互联网广告单价水涨船高,外卖与即时零售的高频需求有望为电商平台带来一定的流量协同效应。

从“双11”各平台的战略布局来看,即时零售已从补充业务跃升为核心战场。这场围绕“速度”与“体验”的竞争,不仅重塑着电商行业格局,更预示着线上线下深度融合的新零售时代已经全面到来。

面,2025年上半年WebNovel(阅文集团推出的海外门户)新增3400多部AI翻译作品,累计AI翻译作品总数超7200部,占整体中文翻译作品总量约七成。上半年WebNovel畅销榜Top200作品中,AI翻译作品的占比约四成。整体AI翻译作品的收入同比增长约38%,占WebNovel平台小说总收入的比例超35%。

侯晓楠表示,虽然AIGC极大降低了内容生成的门槛,但工具越普及,原创的想象力就越珍贵;技术越强大,好故事的内核就越重要。IP是灵魂,AI是引擎和放大器,这是阅文对“IP+AI”的理解,也是阅文的战略定位。

一位行业分析师对《证券日报》记者表示,IP生态深植,AI工具闭环,衍生链路已通,阅文正从“文”跃向“全景IP运营商”。内容即入口、角色即资产、消费即反馈,飞轮效应将使其穿越周期,若能将“中国故事”与全球化产能深度耦合,阅文有望加速全球IP的扩张。

多家外卖平台 试点取消骑手超时罚款

■本报记者 梁傲男

10月16日,《证券日报》记者从京东方面了解到,京东外卖已在深圳、南京、哈尔滨、武汉等全国25个城市试点取消骑手订单超时罚款,改为启用“服务分”管理机制。根据试点规则,骑手若出现配送超时,将不再直接扣除现金,而是依据超时区间扣除相应服务分,推动管理方式从处罚约束向正向激励转变。

“我们希望通过更人性化的管理方式,让骑手在保障安全的前提下,更从容地服务用户。”京东外卖相关负责人对记者表示,未来将视试点效果持续迭代,并在全国范围内推广。

在今年8月26日举办的骑手算法协商共治开放日上,美团骑手体验运营负责人表示,众包骑手非常关心的超时罚款,美团将在2025年底前全面取消。

据美团方面对《证券日报》记者表示,此前平台率先在泉州试点“安准卡”,以遵循超时扣分、准时加分的方式,替代原有的超时罚款。截至8月份,已在22个城市试行超时免罚机制。在具体举措方面,以培训学习代替扣款,既给骑手松绑,也标志管理思路从“以罚代管”转向更温和、更科学的正向激励。

10月14日,饿了么城市骑手微信公众号发布的《超时免罚新试点来了! 出餐慢报备也已优化》一文提到:针对众包骑手反馈超时扣款的取消,平台正在试点推广新版服务分,通过扣服务分等方式取代原有的超时扣款,努力实现多劳多得、优劳优得,目前正在南通、常州、揭阳、景德镇等城市试点推广,预计10月份覆盖更多城市。

“外卖平台密集调整超时处罚机制,核心动因在于平衡商业效率与劳动者权益。从长期看,这是平台经济从粗放增长转向精细化治理的必然选择,也反映劳动关系数字化重构的行业趋势。”中国电子商务专家服务中心副主任郭涛对《证券日报》记者表示。

政策引导是重要推动力。9月24日,国家市场监督管理总局起草的《外卖平台服务管理基本要求(征求意见稿)》(以下简称《基本要求》),正式面向社会公开征求意见。聚焦配送员社会保障、劳动报酬、工作时间、职业发展和关怀等方面,《基本要求》要求平台规范用工关系,保障配送员合理收入与劳动时间,加强业务培训与职业保障,推动建立公平、合理、可持续的配送员权益保障机制。

在郭涛看来,多平台同步推进管理革新,预示正向激励将成为外卖行业竞争的新维度。通过积分制、培训替代扣款等方式,平台将构建“奖励为主、惩罚为辅”的治理体系,这既是应对监管要求的主动作为,也是提升骑手黏性的战略举措。此类创新有望推动行业形成更科学的服务标准,驱动行业从价格竞争转向服务质量竞争,促进可持续发展。

“从试点走向全面推广,核心挑战在于如何平衡消费者对配送时效的期待与骑手工作环境的复杂性。”网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾对《证券日报》记者表示,应对这一挑战需要多方协同:平台需着力优化算法,增强规则透明度,并构建骑手与用户间的沟通机制;骑手需提升专业能力,适应从“怕超时”到“重准时”的心态转变;消费者也需给予更多理解,接纳更具弹性的配送时间。此外,政府应完善法规以推动行业标准统一,商家需保证合理的出餐速度,社区亦有必要建设支持配送的便利设施。

在陈礼腾看来,此番改变绝非简单的规则调整,而是一场关乎效率、公平与尊严的治理升级,标志着行业发展从追求速度转向寻求价值回归。唯有平台、骑手、消费者与社会各方形成合力,协同推动技术优化与理念革新,才能迈向一个更健康、更可持续的外卖行业新未来。

中国证券监督管理委员会 行政处罚罚没款催告书

上海益衡投资管理有限公司:

我会《行政处罚决定书》([2025]26号)决定对上海益衡投资管理有限公司处以150万元罚款。该处罚决定书已送达生效,但你至今未按规定缴纳罚没款。

现依法向你公告送达罚没款催告书,自公告之日起经过30日,即视为送达。请你自本公告送达之日起10日内与我会联系开具《缴款通知书》并缴清罚没款,将罚没款直接汇缴至国库,并将汇款凭证发送至证监会处罚委办公室邮箱备案。逾期不缴,我会将依照《行政强制法》的有关规定申请人民法院强制执行,并将申请执行的信息记入证券期货市场诚信档案。你对本公告依法享有陈述权和申辩权。

联系邮箱:cfw_zhixing@csrc.gov.cn

2025年10月15日

中国证券监督管理委员会 行政处罚罚没款催告书

杨波:

我会《行政处罚决定书》([2025]28号)决定没收杨波违法所得140,194,187.90元,并处以140,194,187.90元罚款。该处罚决定书已送达生效,但你至今未按规定足额缴纳罚没款。

现依法向你公告送达罚没款催告书,自公告之日起经过30日,即视为送达。请你自本公告送达之日起10日内与我会联系开具《缴款通知书》并缴清罚没款,将罚没款直接汇缴至国库,并将汇款凭证发送至证监会处罚委办公室邮箱备案。逾期不缴,我会将依照《行政强制法》的有关规定申请人民法院强制执行,并将申请执行的信息记入证券期货市场诚信档案。你对本公告依法享有陈述权和申辩权。

联系邮箱:cfw_zhixing@csrc.gov.cn

2025年10月15日

阅文短剧漫剧双开花 AI加速赋能创作到开发

■本报记者 袁传玺

10月16日,2025阅文创作大会正式举行。大会以“向光而行”为主题,汇聚来自网络文学、影视、动漫、短剧、漫剧、衍生消费等产业链的数百位创作者与合作伙伴。恰逢阅文集团(以下简称“阅文”)成立十周年,阅文CEO兼总裁侯晓楠现场宣布多项业务升级,涵盖漫剧短剧、潮玩、AI应用能力升级等,围绕“IP+AI+消费”融合发力,构建IP价值的第二增长曲线。

侯晓楠表示:“面向未来,阅文看到了四个关键趋势:内容爆炸时代,好故事是定海神针;AIGC时代,原创力是作品灵魂;新消费时代,IP是超级杠杆;全球共创时代,中国故事是世界语言。下一个十年,将是中国超级IP的黄金时代。”

进军漫剧新赛道

短剧与漫剧正成为IP视觉化的

重要引擎,其不仅能极大提升文字到视觉的转化效率,为大量IP带来开发机会,也将为相关作家开辟全新的转型路径。

在短剧领域,阅文已成功跑通与作家、编剧及行业伙伴的共创模式。除了打造原创编剧团队,阅文也是业内首家成功推动网文作家向短剧编剧跨界的平台。短剧不仅为作家带来实实在在的收益增长,也对原著内容形成反哺。多部短剧上线后,原著阅读量迅速攀升,实现了短剧领域的影射联动。

继阅文在短剧赛道连创佳绩、爆款率超60%后,侯晓楠宣布升级“创作合伙人计划”,在深耕短剧之外人局漫剧新赛道。

与动画类似,漫剧作为轻量化内容,需要强故事支撑。数据显示,2025年上半年国产动画热度TOP10中,有8部改编自阅文IP。阅文的海量IP储备、动漫产能及AI技术,将为其进军漫剧奠定基础。

在IP资源上,阅文漫剧将开放十多万部精品IP;在创作扶持上,阅文漫剧将设立亿元专项创作基金;在技术赋能上,阅文推出“漫剧助手”等AIGC工具,加大提升漫剧改编效率;在产业链协同上,构建从制作、发行到IP产业链联动等全链路扶持,构建一个开放、高效、共赢的漫剧共创生态。

阅文方面对《证券日报》记者表示,阅文希望将短剧的成熟模式复用到漫剧这一高速增长的新赛道。漫剧以“轻、快、广”的特点,正成为汇聚Z世代的内容新高地。目前,阅文已有30部漫剧播放量破千万次,《大明贤婚》副爆无敌模拟系统等作品播放量破亿次,多次登顶平台榜单。

“内容公司一旦把技术、消费、IP三齿轮咬合,就能跑出第二增长曲线。”广州艾媒数据信息咨询服务股份有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示,阅文正在把故事升级为全感经济,其商业模型已不能用传统