



# AIGC电商市场调研

探究人工智能和电商的结合，了解AIGC在未来发展中的方向。

By 灵翼

淘天集团—阿里妈妈—联盟技术

# 核心观点

1. AIGC行业应用还处于一个成长阶段，相关产业链还在逐步完善。 由于预训练模型的高壁垒，AIGC 基础设施研发仍集中于头部企业，处于探索和实验阶段；而下游垂直行业及中小企业，大部分还处于观望阶段，少量开始探索合作商业模式。ToB仍然是AIGC主要的商业模式—降本提效，C端产业目前以SaaS服务订阅为主。
2. AIGC在电商领域，从目前落地产品与发展趋势来看，主要方向借助AIGC生成力，进行降本提效（智能出图、智能选品、智能文案），集中服务在ToB以及行业运营上。C端产品目前还在萌芽期，目前为止，相关产品主要集中在娱乐以及互动营销方向。
3. 在集团内部电商领域来看，目前ToC的落地的场景，主要方向还是在图像生成、数字人等；ChatGPT推动下，在文本生成方向，目前热度较高，但是并没有特别成熟的产品。

# 目录

## AIGC发展与演进

GPT大模型推动了AIGC前进的步伐，众多企业加入大模型赛道，并呈现出百花齐放的形势。

- AIGC发展变化
- AIGC行业布局
- 生成式AI的问题及应对

## 电商领域应用

各家企业在积极尝试新的技术手段去优化购物体验，AIGC将需要不断创新才能立足市场。

- 电商垂直域场景案例
- C端LLM场景探索
- 联盟使用场景

## 前景&思考

伴随AI基建崛起式发展与数据的充分利用，各个技术堡垒将不断突破，大模型将更加同质化。

- AIGC发展趋势预判
- 发展环境分析

# AIGC发展与演进

AIGC圈里有这么一句话，2022年是AIGC历史拐点，2023年是AIGC元年。



图灵测试，由艾伦·图灵提出，指测试者与被测试者（一个人和一台机器）隔开的情况下，通过一些装置向被测试者随意提问。

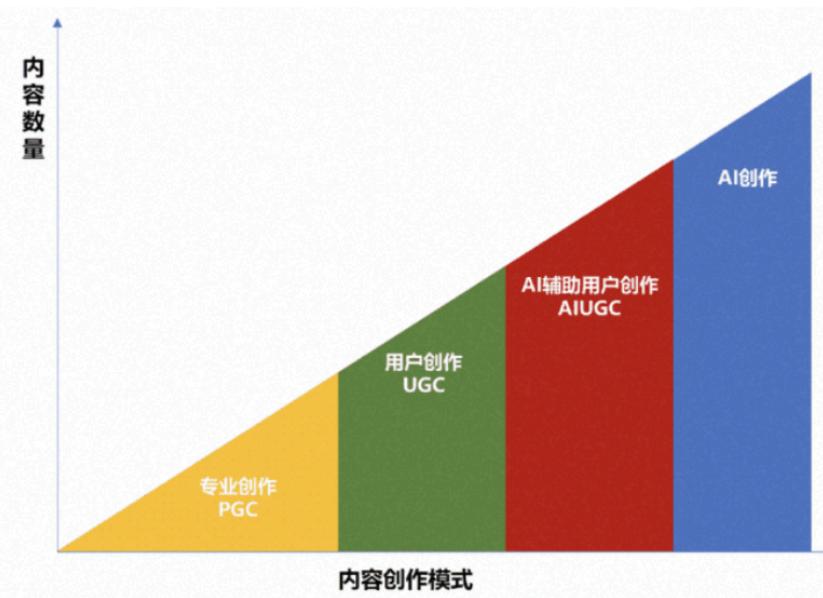
多次测试后，如果机器让平均每个参与者做出超过30%的误判，那么这台机器就通过了测试，并被认为具有人类智能。

问题：GPT时代，图灵测试是否已经过时？

# AIGC发展变化

## 1. AI范式变化

从分析型/决策型（Analytical AI）  
到生成式（Generative AI）



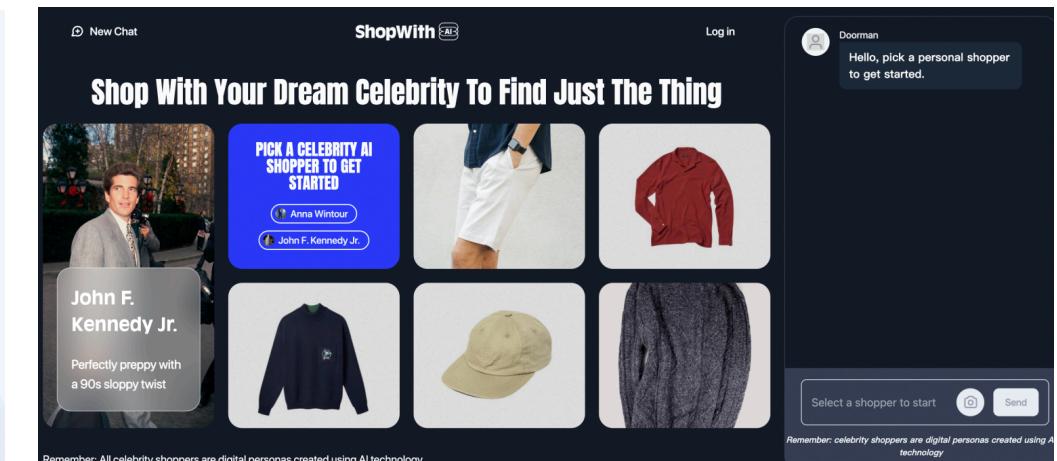
## 2. 多模态发展

呈现多模态发展  
并渗透到相关垂直行业



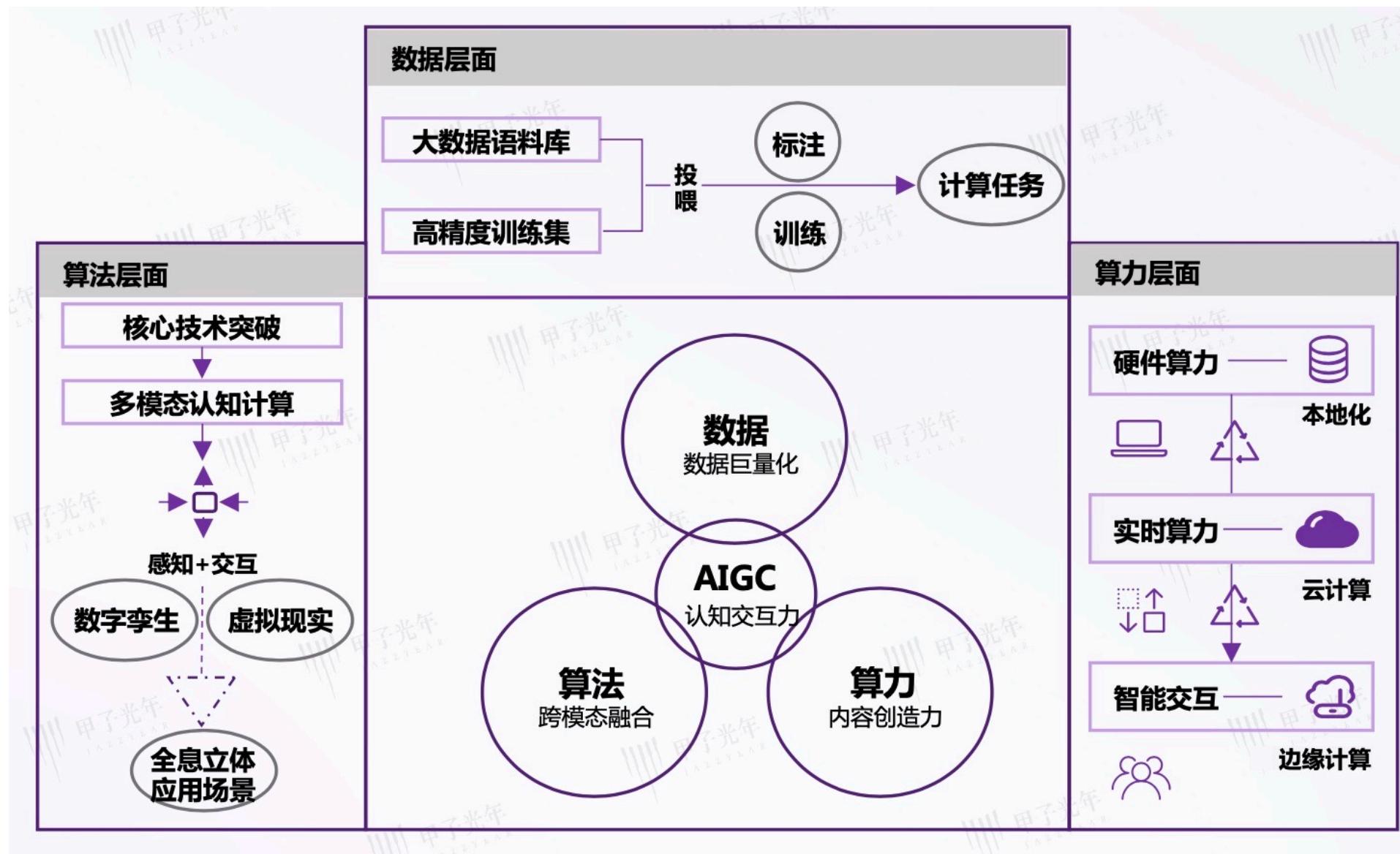
## 3. 新型交互形式

ChatGPT之后，交互AI产品逐渐增多，  
对C端产品形态带来了输入



# AIGC行业布局

AIGC是人工智能、大数据、云计算、5G等多个技术领域的整合，是一种跨领域的合作发展模式。在AIGC行业中，算力、算法、数据是三个核心概念，它们共同构成了这个领域的基础设施。



# AIGC行业布局

英伟达	AI 基建龙头，AI芯片基本处于垄断地位。 英伟达推出了一系列的 AI 开发服务，以帮助开发者更好地掌握 AI 开发技术。
高通	公司最新的 <b>Snapdragon 865 处理器支持 AIGC</b> ，并且支持多种 AI 框架，包括 TensorFlow、Caffe2、PyTorch 等。此外，高通还推出了 Snapdragon Neural Processing Engine (NPE)，它可以支持多种 AI 模型，并且可以提供更快的 AI 性能。
华为	华为近期推出盘古大模型3.0 (5+N+X) 5: 自然语言、视觉、多模态、预测、科学计算5个基础模型 N:垂直行业大模型 X:具体细化模型，解决客户场景的开箱即用的模型
微软	1) 全新 Bing 搜索服务（新增一个扩展聊天框，在回答问题的同时帮助即时生成个性化分析和议） <b>到底大模型能不能代替搜索？</b> 2) Edge 浏览器（是新增聊天和内容创作两项功能）
谷歌	1) Bard 聊天机器人（基于 LaMDA 大模型）2) AI 生成音频(Magenta) 3) AI 生成图像 (Imagen, Parti, NeRF, NeRV); 4) AI 生成视频(Imagen Video, Phenaki)
百度	1) AI 社区与 AI 应用开发 <a href="#">飞桨AI Studio</a> ; 2) 文心大模型应用，文心一言、文心一格、文心百中。
Meta	1) Meta AI——人工智能实验室，发布了从文本生成视频的 AI 系统“Make-A-Video”，即根据输入的自然语言文本生成短视频，并在此基础上，拓展到从图像生成视频和从视频生成视频。
腾讯	1) HunYuan-NLP-1T (混元 AI 大模型，涵盖 NLP、CV、多模态、文生图等大模型); 2) AI 生成文字(梦幻写手 Dreamwriter); 3) AI 生成游戏(绝悟 AI); 4) AI 绘画(腾讯 QQ 小世界 AI 画匠); 5) 数字人 (创建的数字人“艾灵”) 等
阿里	1) 基础设施:通义大模型，类 ChatGPT 产品研发内测中； 2) AIGC 应用于智能客服、视觉生成、在线设计、在线试穿、数字人等
字节跳动	字节跳动的人工智能实验室 (AI Lab) 正在开展类似 ChatGPT 和 AIGC 的相关研发，据预计，其研发的相关产品，将主要集中在 VR 内容生成上。
科大讯飞	人工智能行业龙头企业，中国AI之光。slogan: AI赋能，让一切皆有可能 目前公司已进入 AI2.0 战略时代，处于 AI 技术的红利兑现期，目标是实现 AI 应用 规模化落地。下半年all in 星火大模型，有信心成为国内大模型第一批厂商

# 生成式AI问题及应对

ChatGPT 推出仅两个月后，它在2023年1月末的月活用户已经突破了1亿，成为史上用户增长速度最快的消费级应用程序。(近期热度衰退)，但是ChatGPT 仍然存在很多问题目前尚未解决，这也是生成式AI目前存在的问题。

## 1. 生成式AI问题：

- (1) 子虚乌有，以假乱真
- (2) 不具备时效性，部分内容过时
- (3) **数据安全/法律/伦理问题**

补充：**LLM擅长理解、知识推理和生成，而非获取信息，因此不建议将其当作搜索引擎使用。**

## 2. 针对这些问题，应该持何种态度？如何应对？

这个是不可避免的，打个比方，当机器人具备像人一样有创造力的时候，那么他一定会“胡思乱想”。

成长一定会犯错，这个是情有可原的。目前来看，这些问题我们都有信心控制。

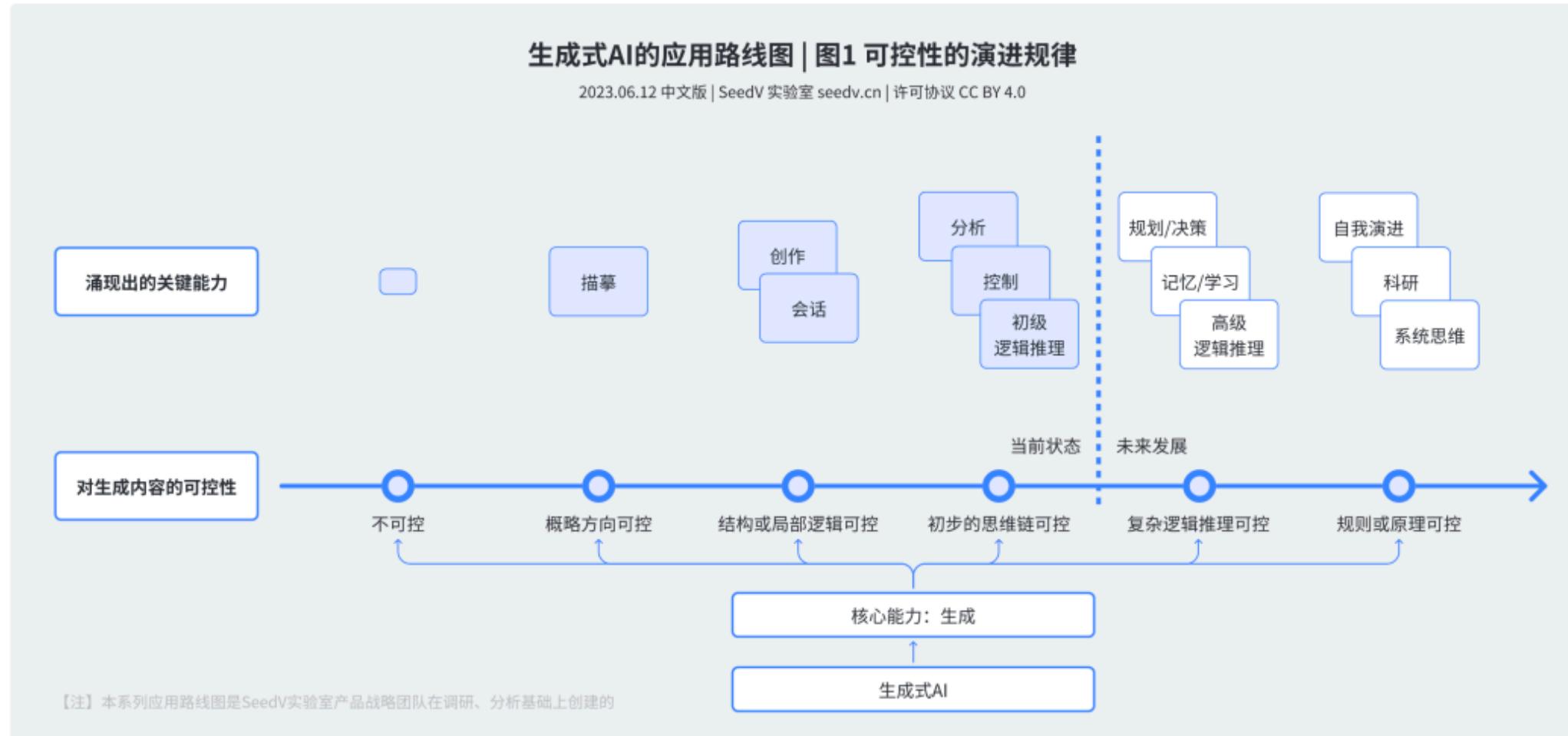
阿里联合中国电子四院发布《生成式人工智能治理与实践白皮书》，从模型训练阶段、服务上线阶段、内容生产阶段、内容传播阶段入手，提出一系列治理措施。

网信办官网公布《生成式人工智能服务管理暂行办法》

# 生成式AI问题及应对

## 生成式AI可控性

生成式AI的可控性越强，对市场和产业的颠覆性就越大！

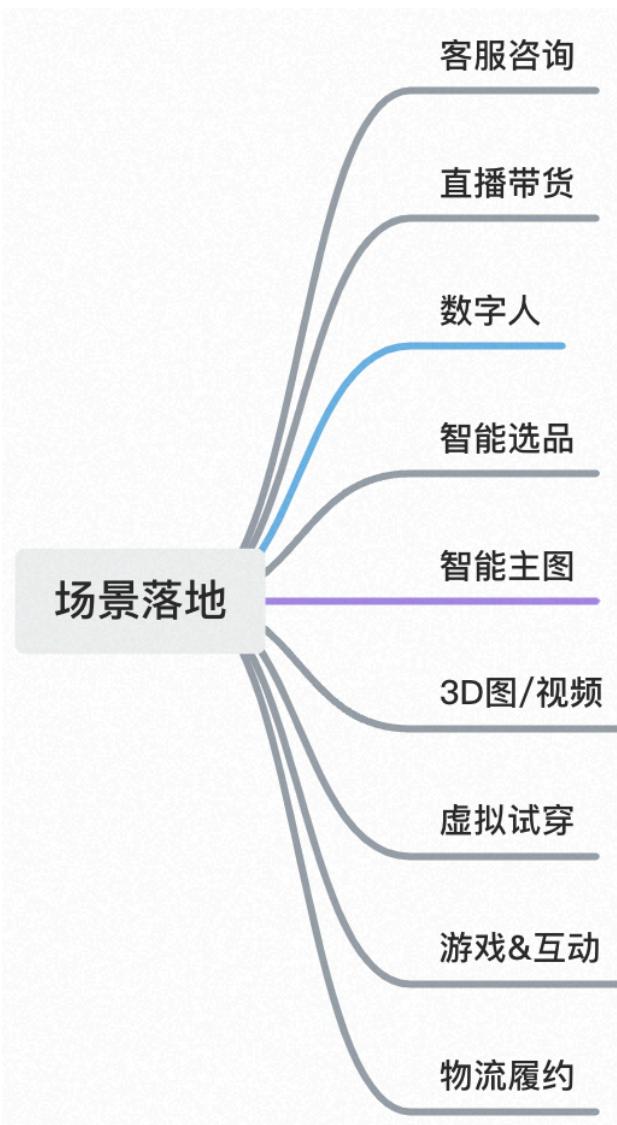


今天的GPT-4，可以控制的逻辑思维链还处在初级阶段。如果一切顺利，未来可能会研发出更先进的生成式AI，它具备复杂的逻辑推理能力，可以应用于效率工具、内容平台、商业流程自动化、机器人、操作系统、智能设备等领域，重新定义计算机与人类之间的关系。

## Part 2 AIGC电商领域应用

# AIGC电商领域

电商垂直域主要方向借助AIGC生成力，集中服务在ToB以及行业运营上，进行降本提效（智能出图、智能选品）。  
C端产品目前还在探索期，目前为止，相关产品主要集中在娱乐以及互动营销方向。



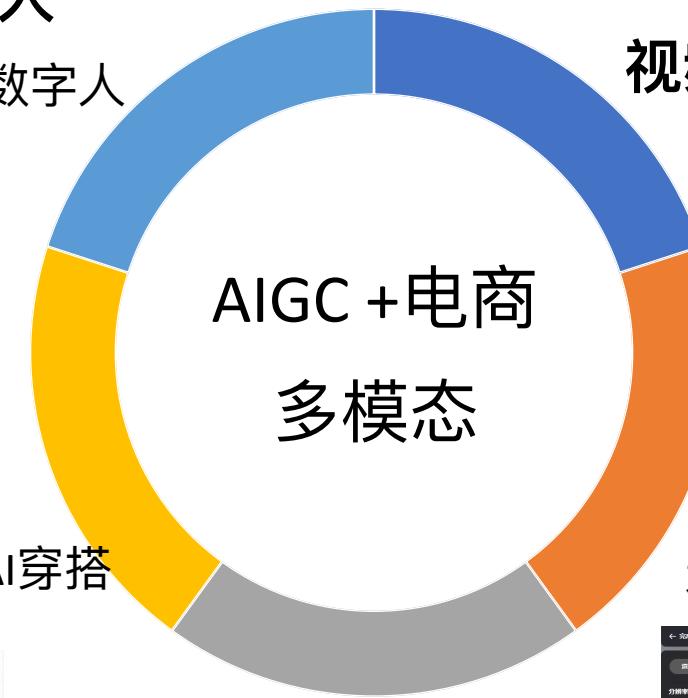
输入图片 塔叽·虚拟模特图



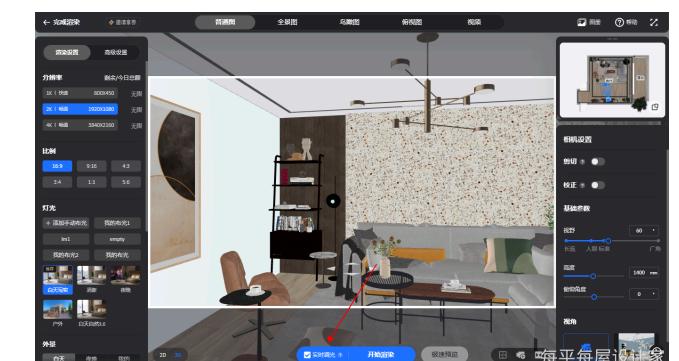
输入图片 塔叽·虚拟模特图

虚拟人  
虚拟主播、数字人

★ 图像生成  
智能素材  
AI 绘画、AI 模特、AI 穿搭



★ 文本生成  
智能文案、商品测评



游戏  
天猫花园、手淘数字人生



# 友商一些进展

JD	<p>言犀——智能人机交互平台 <a href="https://yanxi.jd.com/">https://yanxi.jd.com/</a></p> <p>特点：TOB，行业解决方案提供商，服务助力企业服务数智化转型， 京东选择从应用场景出发迭代对话式AI技术 <b>在对话式AI领域：其中有两家企业取得了非常不错的进展，足可为业内参考，一家在美国名叫 Google，一家在中国名叫京东</b> <b>京东集团CEO许冉：将于7月13日推出大模型</b></p>
值得买	<p>2023年，公司将AIGC列入了年度重点战略项目，将投入极大的精力和时间推进AIGC与公司业务的结合</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 扩大AIGC产出内容的数量、种类以及质量。提升AIGC内容的用户互动率和电商转化率。</li><li>2. 尝试构建与用户交互的新模式、新场景。比如将数字人与AIGC相结合，与用户进行互动，为客户提供创新的营销服务</li><li>3. 利用AI来进行社区治理和内容质量控制，净化社区环境氛围，优化社区互动体验，持续为用户提供优质、真实的原创消费内容；</li></ol>
美团	<p>美团自研了人工智能开发平台，但是仍然在AI分析决策领域，AIGC相关产品较少，美团人工智能开发平台链接：<a href="https://developer.meituan.com/">https://developer.meituan.com/</a></p> <p>2023年6月，美团21亿收购光年之外</p> <p>AIGC相关产品：AI 绘画</p>
小红书	<p>内部消息：红书内部多个独立部门同时探索AIGC方向，小红书作为互联网行业第二梯队，迭代速度较慢</p> <p>目前仅上线了一款AI绘画产品 — Trik 服务创作者</p> <p>未来方向：红书AIGC的方向到底是纯粹服务用户，还是服务创作者呢？</p>

# LLM在C端场景探索

目前为止，C端上场景基本文生图、图生图场景角度，基本偏娱乐属性，带动C端消费者转化有限，大语言模型的价值并没有充分体现。  
LLM能力目前处于探索期，随着AIGC发展，未来将有更多场景落地。

## C端产品的主要挑战

- 1 高额的计算成本，ROI是否足够？
- 2 目前国内大模型稳定性与输出RT比较高，直接面向C端开放，需考虑产品体验
- 3 大模型本身的数据安全、法律问题并没有解决，直接开放用户风险不可控

# LLM在C端场景探索

## 手淘/同类C端产品（场景评测版）

### 创意推荐

AIGC内容场景新玩法  
种草清单转化为商品推荐



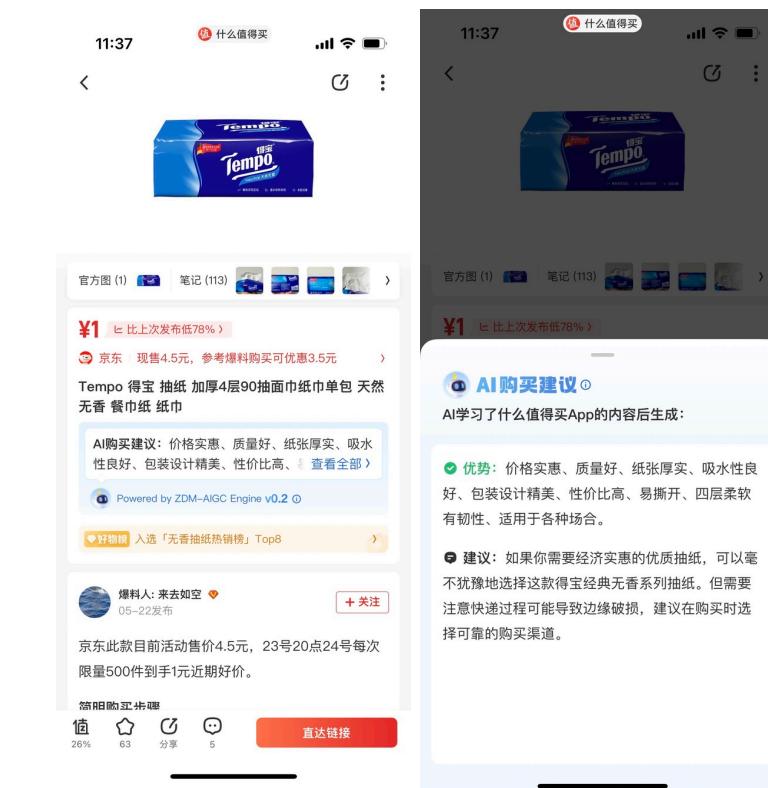
### 商品对比决策

面对同类/同款商品，  
帮助用户进行商品对比与决策。



### 商品理解/商品评测

给予商品信息、评价、规格等作出  
测评，并给出购买建议



### AI搭配推荐

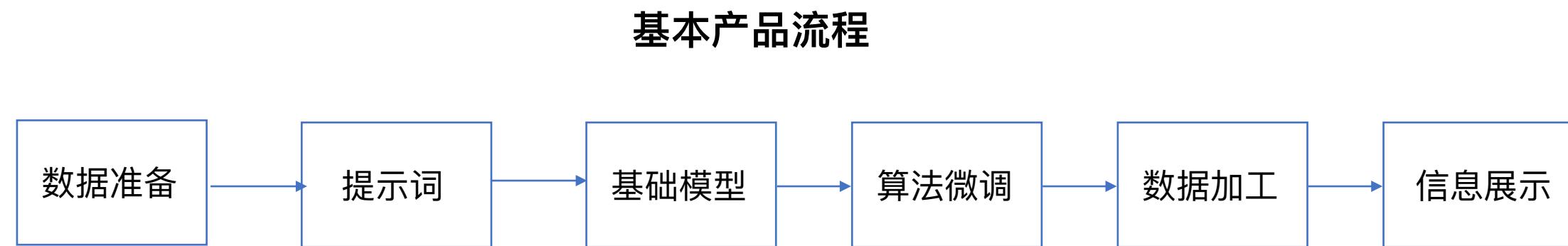
假如你买了个衬衫，  
AI帮你推荐一个短裙。



# 一淘在AIGC探索案例 一淘 阿里巴巴官方返利

产品心智：一淘背靠手淘市场，如何帮忙消费者进行商品了解及快速决策是一淘需要解决的核心诉求。

## 1. AI卖点提取（商品测评）



看上去没什么问题，深度思考一下细节，就会有很多难点挑战。

# 1. AI卖点提取（商品测评）

## 挑战1：测评理论依据

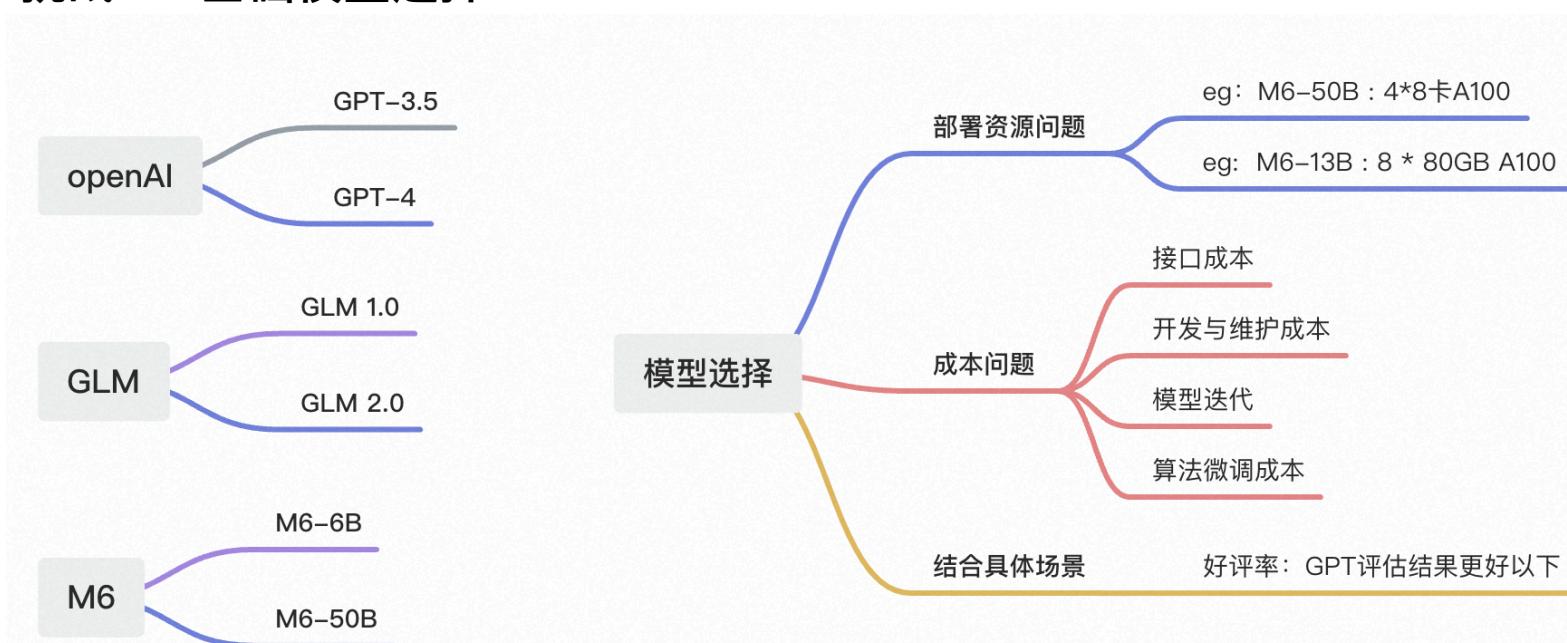
借助FABE销售法则基础上进行改造，结合具体业务场景  
制定一套适合一淘评测标准。

## 挑战2：数据问题

测评所需要的数据能力需要建设（场景的特殊性）

数据模型沉淀 + OCR技术

## 挑战3：基础模型选择



FABE法则

对应的  
4个英文单词

F: Feature (属性、特点)

A: Advantage (优点、作用)

B: Benefit (好处、益处)

E: Evidence (证据、证明)

对于不同的场景，  
综合考虑选择合适的模型，  
不需要一味追寻GPT-4

# 1.AI卖点提取（商品测评）

## ★ 挑战4：提示词模版与评测结果

场景举例：10个商品类目，预计10W个品，使用大模型能力给出商品购买建议

**问题1：**针对美妆和数码类目，用户关注信息和视角是不一样的，怎么解决类目之间差异性？

思路：可以尝试分类目进行提示词设计，或者算法进行微调

**问题2：**模型输出结果是否是对消费者有用的？

我们用GLM 与 GPT-3.5 模型做了评测：

GLM只是对商品信息的重复总结，理解能力较差，GPT-3.5表现略好一点。

**问题3：**模型结果问题：

1	结果有一定随机性，多刷几次，文案会有差异，可能变好也可能变差。
2	关于对用户的称呼问题，这个暂时不好优化，因为不同商品对用户的称呼可能是变化的，这个需要额外的信息
3	结果前后内容自相矛盾，比如前面说了某件零食口感好，后面又说不好。
4	“这个价格和质量都有惊到我，真的很nice” 这种表达方式的适配有个难点：不一定所有商品都适配这种风格。因此目前的处理方式是从评论中学习，如果评论中有类似表达，则可能会出这种文案。后续会想办法优化
5	部分语句不通或者废话文学，如“许多用户都对它的喜爱感到满足”

## 1.AI卖点提取（商品测评）

### 挑战5：大模型自身的通病

**成本问题：**Open AI 接口按token计费，如果技术链路开放给C端，10W个品 + 本身APP量级，成本是非常大的。

**安全/法律问题：**生成内容不可控，直接面向ToC风险很大，一版都比较谨慎。

**推理计算耗时：**直接影响用户在C端产品体验，如果一次请求平均10-20s，在秒级打开率的时代，是不可能接受的。

**思路：**如果能用AIGC进行离线数据生产，经过运营或者平台审核后再投放，那么问题在很大程度上得到解决

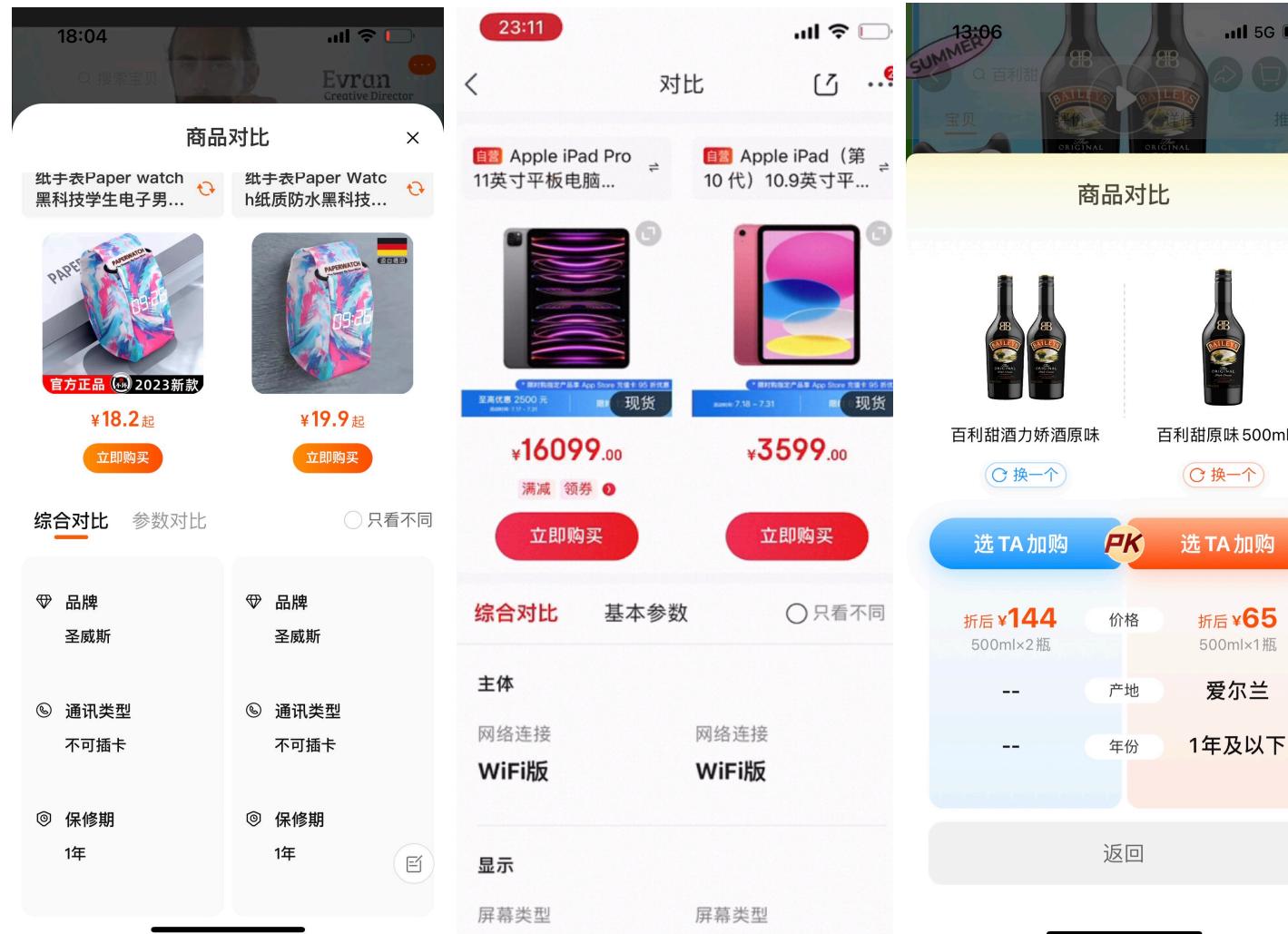
### 挑战6：商业价值效果？

AIGC 比较只是一种技术手段，需要结合具体业务场景，创造商业价值（CTR,CVR），那么那么仅仅技术一种技术创新。

## 2. 多商品对比

观点：在一淘场景，多商品对比这个方向比起AI商品评测挑战更大一些，还需进一步探索中。

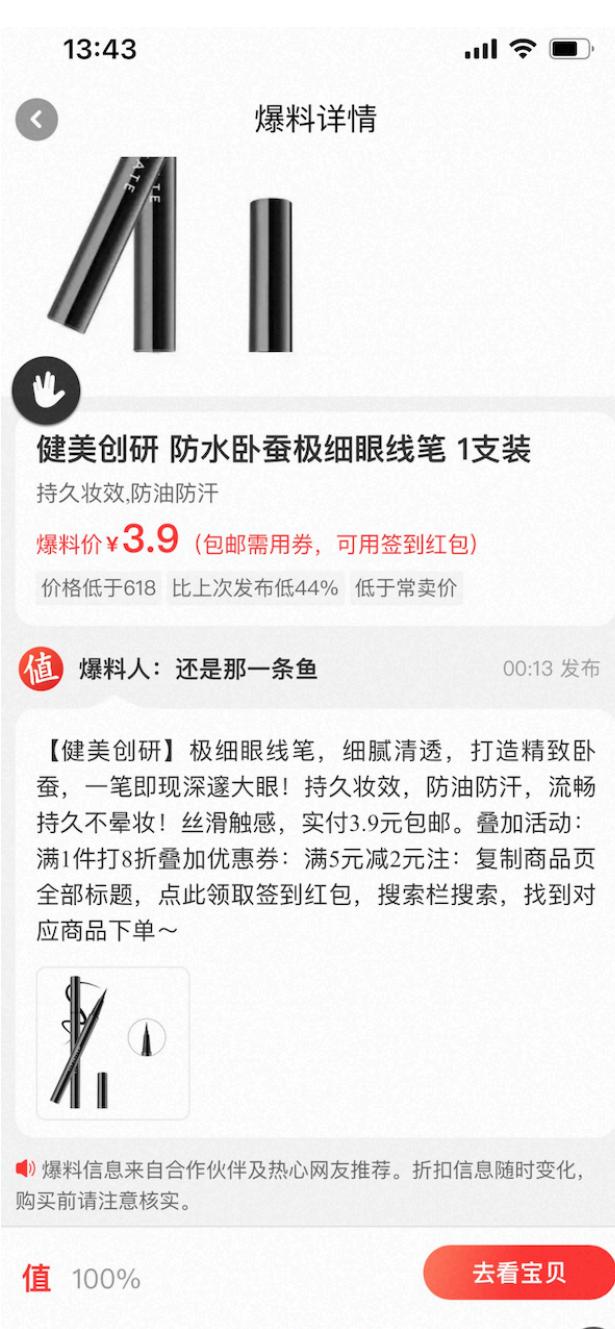
### 同类电商平台案例



→ 并没有AI的因素在里头

不是为了用AI而用AI,  
而是利用AI解决目前比较难解决的问题

### 3. 商品爆料



## AIGC 辅助生成智能文案

猜一猜:  
哪一个文案是AIGC生产的?

# Part 3 AIGC前景与思考

# 趋势预判

在2023阿里云峰会上，阿里云推出通义千问大语言模型（LLM）

同时，CEO张勇宣布，阿里所有产品未来将接入大模型全面升级，包括淘宝、天猫、高德地图、菜鸟、饿了么等所有国民级产品。



# 趋势预判

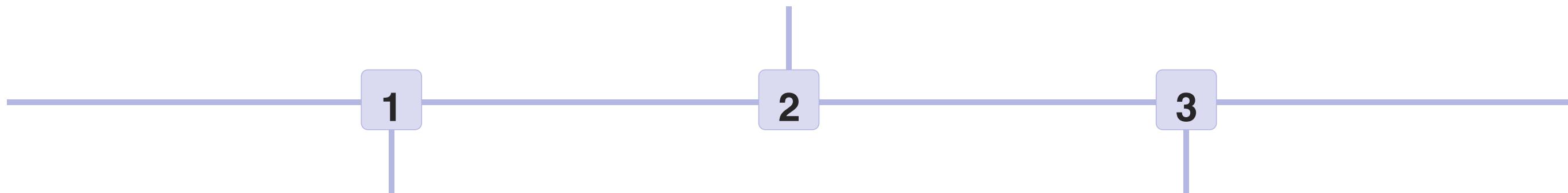
相关机构的趋势预判未必准确，以下内容仅供参考

## 快速发展阶段

基建相对完善，门槛降低（AI普惠化），各个垂直域全面拥抱大模型

整体市场效率将不断提升

**能否应用落地并且具备商业化能力，才是检验大模型成功与否的标准**



## 起步阶段

相关技术快速迭代与完善

AIGC基建在国内刚起步，相关产业链不成熟

## 平缓阶段

增长相对平缓，AIGC全民化

# 发展环境分析

整体来看，AIGC发展环境是相对乐观的。

## 1. 国家政策环境

在政策层面，AIGC行业是国家大力支持的产业之一，这是肯定得定的。

2023 WAIC上，百度、华为、阿里、360等企业被工信部中国电子技术标准化研究院授予“国家AI标准化总体组大模型专题组”组长单位，推动大模型国家标准体系建设，助力中国大模型产业发展。

## 2. 技术生态环境

信通院发起大模型生态合作共同体，各个头部企业齐头并驱，全力推动技术发展。

## 3. 社会经济环境

以AI为基建的垂直产业正在开始崛起，电商、医疗、教育、金融等开始拥抱AI产能。

AI，不再是过去的AI  
探索AI，乘风而行