

2026-2031年中国生成式AI电商行业深度调研及投资前景预测报告

报告简介

生成式AI电商是指将生成式人工智能技术深度融入电子商务全流程，通过大语言模型、多模态生成、智能体(AI

Agent)等前沿技术，实现商品内容智能创作、个性化推荐、智能客服、虚拟试穿、供应链优化及精准营销等创新应用的新型电商形态。作为人工智能与数字商业融合的前沿领域，生成式AI电商不仅重塑了传统电商“人货场”的连接方式，更从根本上改变了商品信息生产、用户交互体验及商业决策逻辑，成为推动电商行业从“数字化”向“智能化”跃迁的关键力量。其产业生态涵盖基础大模型提供商、电商SaaS服务商、平台型电商企业、品牌商家及技术解决方案供应商等多元主体，是观察中国数字经济创新与消费模式变革的重要窗口。

当前，中国生成式AI电商正处于技术落地加速与商业模式验证的关键探索期。经过2023年以来的快速迭代，以文生图、文生视频、智能写作为代表的内容生成技术已在商品详情页制作、营销文案产出、短视频创作等场景实现规模化应用，显著降低了商家的内容生产成本；智能客服与AI导购从简单的问答交互向多轮对话、意图理解、个性化推荐升级，部分头部平台的AI服务覆盖率已超过半数咨询量；数字人直播、虚拟试衣间、AI模特等创新应用逐步从概念走向商用，为消费者提供沉浸式购物体验。与此同时，行业面临多重挑战：生成内容的质量稳定性与版权归属问题仍有待规范，AI推荐算法的“信息茧房”效应与数据隐私保护引发监管关注，中小商家在技术接入成本与人才储备方面存在短板，平台、商家与技术服务商之间的价值分配机制尚在磨合。行业整体呈现“技术驱动、场景渗透、生态重构”的发展特征，头部平台与科技企业的战略布局深刻影响着产业演进方向。

展望未来，中国生成式AI电商将在大模型能力跃升与电商生态深度协同的双重驱动下迎来爆发式增长。“十五五”时期，多模态大模型、世界模型、具身智能等前沿技术突破将极大拓展生成式AI在电商领域的应用边界，AI

Agent从辅助工具进化为自主决策的商业智能体，有望重构电商运营的核心范式。行业前景体现为三个维度的战略演进：在消费体验维度，“所想即所得”的意图电商成为现实，AI通过深度理解用户需求实现从“搜索-浏览-购买”到“对话-定制-

交付”的交互革命，个性化商品定制、预测性消费、跨场景无缝购物体验成为标配；在商家运营维度，AI贯穿选品、定价、营销、客服、物流全链路，智能供应链实现需求预测与库存优化的动态平衡，中小商家借助AI工具获得与大企业同台竞技的能力，电商运营的智能化、自动化水平显著提升；在产业生态维度，电商平台从流量撮合向技术赋能转型，生成式AI成为平台核心基础设施，“模型即服务”(MaaS)模式降低技术接入门槛，数据要素价值释放与AI原生商业形态涌现，具备大模型自研能力、电商场景理解深度及生态整合优势的平台与企业将在新一轮竞争中占据主导地位。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及生成式AI电商行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国生成式AI电商行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外生成式AI电商行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了生成式AI电商行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于生成式AI电商产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国生成式AI电商行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 生成式ai电商行业概述与发展背景

第一节 生成式ai电商的定义与范畴界定

一、生成式ai电商的核心概念解析

二、行业边界与细分领域划分

三、与传统电商、ai电商的本质差异

第二节 技术演进与产业变革背景

一、从判别式ai到生成式ai的技术跨越

二、大语言模型(llm)能力跃迁对电商的重塑

三、多模态生成技术(文本/图像/视频/3d)的成熟化进程

第三节 行业发展驱动因素

一、算力成本下降与模型效率提升的技术红利

二、电商存量竞争下的降本增效刚需

三、消费者个性化需求升级与体验重构

第二章 全球生成式ai电商市场发展现状

第一节 全球市场规模与增长态势

一、2025年全球ai电商市场规模及结构分析

二、2026-2031年全球市场复合增长率预测

三、区域市场格局：北美、欧洲、亚太份额对比

第二节 国际技术路线与商业模式

一、openai、google、amazon等巨头的生态布局

二、agentic commerce(代理商务)模式的国际实践

三、跨境电商ai化：智能翻译与本地化运营

第三节 全球产业发展对中国的启示

一、技术标准化与开放生态构建经验

二、数据治理与跨境合规的国际实践

三、ai电商人才培育体系的国际比较

第三章 中国生成式ai电商市场发展现状

第一节 市场规模与增长动力

- 一、2025年中国ai电商市场规模及增速
- 二、2026-2031年市场规模预测与增长曲线
- 三、市场结构分析：平台型、工具型、服务型占比

第二节 用户基础与行为变迁

- 一、生成式ai用户规模与普及率
- 二、从“信息搜索”到“决策委托”的消费行为演变
- 三、ai辅助购物决策的用户接受度调研

第三节 产业生态与竞争格局

- 一、平台层：阿里、京东、拼多多、抖音电商的ai布局
- 二、工具层：aigc内容生成、数字人、智能客服服务商
- 三、基础设施层：云厂商与算力提供商的生态位

第四章 生成式ai电商技术架构与核心能力

第一节 基础层技术架构

- 一、算力基础设施：智算中心与边缘计算部署
- 二、数据治理体系：多源异构数据的整合与清洗
- 三、模型训练与微调：通用大模型+电商垂直精调

第二节 模型层关键技术

- 一、大语言模型(llm)在电商场景的应用优化
- 二、多模态生成模型(文生图、文生视频)的电商适配

三、ai agent(智能体)的自主决策与任务执行能力

第三节 应用层技术集成

- 一、实时推理与动态响应技术
- 二、个性化推荐算法的生成式升级
- 三、人机协同的内容审核与质量保障机制

第五章 生成式ai在电商营销环节的应用

第一节 智能内容生成体系

- 一、商品文案自动化：标题、卖点、详情页生成
- 二、视觉内容生产：ai商品图、场景图、虚拟模特
- 三、短视频与直播脚本：aigc视频制作与降本增效

第二节 精准营销与投放优化

- 一、动态创意生成(dco)与实时个性化广告
- 二、geo(生成引擎优化)策略与ai可见度提升
- 三、营销内容roi的智能化评估与迭代

第三节 数字人营销与直播创新

- 一、ai数字人主播的技术成熟度与成本结构
- 二、7×24小时直播矩阵的运营模式
- 三、数字人直播转化率与真人直播的对比分析

第六章 生成式ai在电商运营环节的应用

第一节 智能选品与商品管理

- 一、基于生成式ai的市场趋势预测与爆款挖掘
- 二、ai驱动的商品属性优化与类目管理

三、智能定价策略与动态调价机制

第二节 智能客服与用户体验

- 一、多轮对话式智能客服的技术实现
- 二、售前咨询、售后处理、投诉应对的全场景覆盖
- 三、客服响应效率与问题解决准确率提升数据

第三节 订单履约与物流优化

- 一、ai预测性仓储与库存智能调配
- 二、物流路径优化与配送时效提升
- 三、全链路订单状态的实时追踪与异常预警

第七章 生成式ai在电商供应链环节的应用

第一节 需求预测与库存优化

- 一、生成式ai驱动的需求预测模型
- 二、安全库存动态计算与补货策略优化
- 三、滞销品处理与库存周转率提升

第二节 供应商协同与采购决策

- 一、智能供应商评估与风险预警
- 二、ai辅助采购谈判与合同生成
- 三、供应链金融风险评估

第三节 柔性生产与c2m定制

- 一、消费者需求数据驱动的反向定制
- 二、ai辅助产品设计与打样
- 三、小单快反模式的智能化支撑

第八章 跨境电商与全球化ai应用

第一节 跨境ai电商市场机遇

- 一、全球跨境电商市场规模与ai渗透率
- 二、中国跨境电商企业的ai化进程
- 三、多语言ai翻译与本地化内容生成

第二节 跨境运营智能化

- 一、ai驱动的海外市场选品与定价
- 二、跨文化营销策略的自动生成
- 三、国际物流与关务合规的智能处理

第三节 全球竞争与生态博弈

- 一、开放生态(open api)与封闭生态(walled garden)之争
- 二、数据跨境流动与主权ai的战略考量
- 三、中国ai电商技术的出海路径

第九章 生成式ai电商商业模式创新

第一节 平台型商业模式

- 一、ai原生电商平台的架构特征
- 二、平台级ai工具的saas化服务
- 三、流量分配机制与ai推荐逻辑

第二节 服务商型商业模式

- 一、aigc内容工厂的规模化运营
- 二、ai电商代运营与全托管服务
- 三、垂直行业ai解决方案提供商

第三节 新兴商业模式探索

- 一、ai导购佣金模式与cps分成
- 二、生成式ai订阅服务与会员体系
- 三、数据资产化与ai模型交易

第十章 生成式ai电商产业链分析

第一节 产业链上游：基础设施与算力层

- 一、ai芯片与智算中心供应格局
- 二、云计算厂商的电商行业解决方案
- 三、开源模型与闭源模型的商业化路径

第二节 产业链中游：技术与工具层

- 一、大模型提供商的电商垂直化布局
- 二、aigc工具链的集成与生态构建
- 三、数据标注与模型优化服务

第三节 产业链下游：应用与服务层

- 一、电商平台与品牌商家的ai应用深度
- 二、中小商家的ai工具普及率与使用障碍
- 三、终端消费者的ai购物体验反馈

第十一章 生成式ai电商核心数据指标分析

第一节 市场规模与增长数据

- 一、2024-2025年ai电商市场规模历史数据
- 二、2026-2031年分年度市场规模预测
- 三、细分赛道(营销/运营/供应链)规模占比

第二节 效率提升与成本优化数据

- 一、内容生产成本降低幅度(文案/图片/视频)
- 二、客服人力成本替代率与响应效率提升
- 三、库存周转率与物流成本优化数据

第三节 转化率与用户体验数据

- 一、ai个性化推荐的点击率与转化率提升
- 二、数字人直播的gmv贡献与转化效率
- 三、用户满意度与复购率变化趋势

第十二章 生成式ai电商行业挑战与风险分析

第一节 技术层面挑战

- 一、大模型幻觉问题与电商场景的事实性风险
- 二、算法偏见与推荐公平性
- 三、算力成本与中小企业应用门槛

第二节 数据安全和隐私保护

- 一、用户行为数据的合规采集与使用边界
- 二、生成内容的版权归属与侵权责任
- 三、跨境数据流动与监管合规

第三节 商业与社会风险

- 一、内容同质化与平台生态多样性下降
- 二、ai替代人工带来的就业结构冲击
- 三、消费者过度依赖ai决策的潜在风险

第十三章 生成式ai电商监管环境与合规要求

第一节 国内监管框架

- 一、《生成式人工智能服务管理暂行办法》的电商适用
- 二、数据安全法与个人信息保护法合规要点
- 三、算法推荐管理与深度合成标识要求

第二节 国际合规环境

- 一、欧盟《人工智能法案》(ai act)对电商的影响
- 二、美国ftc对ai营销内容的监管趋势
- 三、跨境电商平台的多司法辖区合规挑战

第三节 行业标准与自律机制

- 一、aigc内容质量与真实性行业标准
- 二、电商ai应用的伦理准则与最佳实践
- 三、第三方审计与认证体系建设

第十四章 2026-2031年生成式ai电商发展趋势预测

第一节 技术演进趋势

- 一、从“副驾驶”到“主驾驶”：ai agent自主决策能力跃迁
- 二、多模态融合：从图文生成到沉浸式3d购物体验
- 三、端侧ai与边缘计算：实时个性化体验的硬件支撑

第二节 商业模式演进趋势

- 一、从工具赋能到流程重构：ai原生电商组织变革
- 二、从平台电商到ai commerce：商业模式的范式转移
- 三、从流量运营到用户资产运营：ltv(用户生命周期价值)最大化

第三节 产业生态演进趋势

- 一、大模型厂商、电商平台、品牌商家的三方博弈
- 二、开源生态与闭源生态的竞合关系
- 三、ai电商人才体系与组织能力重构

第十五章 生成式ai电商投资价值与策略建议

第一节 投资价值评估

- 一、行业成长性评估：市场规模与增速预测
- 二、盈利能力分析：成本结构与利润空间
- 三、风险收益比：技术迭代与政策不确定性

第二节 重点投资赛道

- 一、ai电商基础设施：算力、模型、数据服务
- 二、ai电商应用工具：内容生成、数字人、智能客服
- 三、ai电商运营服务：代运营、数据分析、培训咨询

第三节 投资策略建议

- 一、短期策略(2026-2027)：关注aigc工具与数字人赛道
- 二、中期策略(2028-2029)：布局ai agent与供应链智能化
- 三、长期策略(2030)：投资ai原生电商生态与平台级机会

第十六章 生成式ai电商发展建议与前景展望

第一节 对电商平台的建议

- 一、构建ai原生技术架构与数据资产壁垒
- 二、平衡ai效率提升与用户体验保护
- 三、建立开放生态与合作伙伴共赢机制

第二节 对品牌商家的建议

一、制定ai电商转型路线图与组织能力升级

二、选择适合自身规模的ai工具与服务商

三、培养人机协同的新型电商运营团队

第三节 对政策制定者的建议

一、完善ai电商监管框架与标准体系

二、支持中小企业ai化转型的扶持政策

三、推动ai电商人才培育与产学研合作

第四节 2030年远景展望

一、ai电商渗透率与市场规模展望

二、技术融合(ai+xr+iot)的沉浸式购物体验

三、全球ai电商格局中的中国角色与机遇

图表目录

图表：生成式ai电商行业边界与细分领域划分图

图表：从判别式ai到生成式ai的技术演进路径图

图表：2025年全球ai电商区域市场格局

图表：agentic commerce模式运作机制图

图表：2024-2025年中国生成式ai用户规模与普及率

图表：中国ai电商产业生态图谱

图表：生成式ai电商技术架构三层模型图

图表：通用大模型+电商垂直精调技术路线

图表：aigc电商内容生产全流程效率对比图

图表：geo(生成引擎优化)策略框架图

图表：ai数字人直播成本结构与转化率对比

图表：智能选品系统数据流与决策逻辑图

图表：ai智能客服问题解决准确率与响应时效

图表：ai驱动供应链需求预测准确率提升曲线

图表：柔性生产c2m模式运作流程图

图表：全球跨境电商ai应用渗透率区域对比

图表：开放生态与封闭生态模式对比分析

图表：生成式ai电商商业模式矩阵图

图表：生成式ai电商产业链全景图

图表：产业链上中下游价值分布与利润率分析

图表：aigc内容生产成本降低幅度(分类型)

图表：ai个性化推荐转化率提升数据对比

图表：生成式ai电商主要风险类型与影响程度评估

图表：数据安全合规要求框架图

图表：国内外ai电商监管政策对比矩阵

图表：ai agent技术成熟度曲线与电商应用时间轴

图表：2026-2031年ai电商技术演进路线图

图表：ai电商重点投资赛道吸引力评估矩阵

图表：短期/中期/长期投资策略时间轴

图表：2024-2025年ai电商投融资事件汇总

图表：主要ai电商服务商功能对比与定价

图表：ai电商应用渗透率与roi量化分析

图表：ai电商监管政策要点与合规建议对照

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：4067560

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260420/4067560.shtml>

在线订购：[点击这里](#)