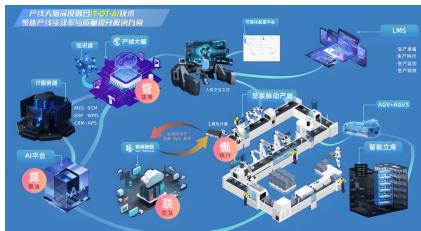


AI驱动下，什么能力让工厂更获认可？

2026年01月19日 14:24 来源：中国新闻网



数字人直播、个性化推荐、AI智能客服……随着AI技术加速场景落地，高频且深度使用AI的电商商家数量显著增加。通过AI告别价格内卷，正在成为电商发展新趋势。

作为电商平台上“AI浓度”最高的群体，“厂二代”对此感知颇深。

义乌市卓潮塑料制品有限公司电商负责人方振安是一名“90后”，也是一名通过自身努力重新创业的“厂二代”。作为AI的深度玩家，他利用AI工具进行选品、成本核算、商机预测、抢占搜索关键词，在AI工具的辅助下，他放弃低利润口红架，专注销售高溢价潮流保护套，实现了从亏损到年销4000万的转变。

“AI当前的作用更侧重于‘增效’而非‘创造’。”方振安认为，AI最直接的价值在于能够高效爬取多平台数据，量化趋势，减少对单一爆款经验的依赖；自动生成场景图与视频，大幅降低实拍成本、加快上新速度；同时，辅助生产端决策，避免盲目打价格战。

在他看来，尽管受数据样本容量影响，AI可能会给出错误的数据结果，但AI给出的经营决策更理性，更懂市场需求。“数据可能被污染，但专业知识和决策知识是可以被迭代和传承的，我认为未来AI会更多向决策层面发展。”

想要AI用得好，还要AI用得巧。对于东莞市洁齿用品有限公司第三代接班人余淑辉来说，最初使用AI，不仅没能实现“解放双手”，反而“还要给AI擦屁股”。

“最开始用AI给牙线产品做产品图，AI直接把牙线修改成矿泉水瓶的形状；智能卖点出来的全是我闭着眼睛都能想的那些词，跟热点半毛钱关系都没有；一键扩图不是乱码就是失调。”余淑辉说。

后来，余淑辉慢慢摸透了AI的门道，她发现AI可以贯穿整个生意流程。“我父亲那辈人做生意全靠人脉，生意最多做到村口，现在我就不一样了，通过AI获客，我们家的生意现在直接做到了国际市场。”

在AI数字员工的帮助下，余淑辉实现24小时守店接待顾客；数字店长则为余淑辉出谋划策，通过精准选品、优化推广、预测趋势，帮助余淑辉每月销量增加了1000余件。半年时间，余淑辉的新店营收达1000万。

1688近日发布的《2025中国产业带发展趋势报告》显示，源头工厂正从依赖经验与规模的传统模式，转向以用户为中心、AI驱动的智能经营体系。AI角色已从降本增效的“生意搭子”，升级为重塑商业逻辑的“智能中枢”。

报告认为，AI2B已成为支撑产业升级的新一代数字基础设施，正推动“AI原生供应链”快速成型。在AI时代，价格内卷模式逐渐式微，而具备稳定交付能力、真实订单基础、规范经营体系的工厂，将获得更强劲的市场认可与平台资源倾斜。

“以前父辈拼的是人脉，现在我们要拼的是数据，厂二代不仅要会算账，还要会熟练使用AI。如今AI创收的速度，谁也挡不住。”余淑辉说。

单词:	jiāsù 加速	luòdì 落地	gāopín 高频	xiǎnzhù 显著
	nèi juǎn 内卷	hé suàn 核算	yùcè 预测	qiǎng zhàn 抢占
	mōtòu 摸透	guàn chuān 贯穿	wūrǎn 污染	chóngsù 重塑

- 讨论: 1. 企业常担心数据外泄。你认为推动数据共享时, 企业最应强化哪项措施? 为什么?
2. 如果京都的传统和服作坊引入AI系统, 将如何保持品质的同时缩短交货期? 请提出你的设计思路。

源新闻: <https://www.chinanews.com/cj/2026/01-19/10554638.shtml>

音声 URL: <http://ttcn.co.jp/sound/text/files202601201768876356.mp3>