

# 直播电商从“叫卖型”向“内容型”转变

## 大平台向内容型直播转变

淘宝、抖音等大平台正在向内容型直播方向转变。今年2月,抖音主播“大嘴妹”开启了在淘宝的带货首秀。不同于此前在抖音的魔性的全程喊麦带货方式,而是推荐产品、介绍优惠、试吃试用等内容,直播间还邀请了说唱歌手TangoZ现场教学如何更专业地说唱,将一个带货直播间变成rap教学直播间。

内容化战略是淘宝2023年五大战略之一,通过内容化,阿里巴巴希望吸引更多的用户关注和参与,提高用户黏性和购买意愿。同时,内容也可以为商家提供更多的曝光机会和营销手段,增强品牌影响力和用户认知度。

值得一提的是,以往的吆喝式直播的抖音,也开始往内容型直播方式转变,积极鼓励内容型主播的发展。东方甄选就在“出抖入淘”后首家宣布推出付费会员服务,并在自有App开启全天“才艺直播”。

在愈加互联互通的时代,各MCN(内容创作者平台)机构也在尝试进入不同的平台,跨平台流动直播有利于直播带货行业发展。公开资料显示,类似的MCN机构跨平台直播还有不少。如“交个朋友”直播间已布局了抖音、淘宝直播、京东直播等平台;谦寻在淘宝直播布局“蜜蜂”三个直播间,在抖音布局琦儿leo和海豚惊喜社。

谦寻相关负责人指出,随着市场竞

争加剧,直播电商也进入新阶段,开拓创新将是未来竞争的关键,而这一阶段则出现“三新”:一、新逻辑,从头部主播时代向“矩阵化直播间”时代转变;二、新关系,从直播间单纯带货向全面赋能服务转变,直播间将深入产业链,共建品牌力;三、新动能,从货品驱动到品质和创新双轮驱动,优质商品带来忠实用户,创新可以构建商家与消费者间更牢固的关系。

## 跨境电商海外破局

海关数据显示,2023年上半年我国跨境电商进出口额达1.1万亿元,其中出口8210亿元,增长19.9%。跨境电商的如火如荼,成为2023年中国经济形势中的亮点。

在这当中,拼多多旗下的Temu、字节跳动旗下的TikTok shop、阿里国际数字商业(速卖通)、SHEIN等被称作“电商出海四小龙”的代表企业,其经验与教训,为更多有出海需求的企业提供参考价值。

SHEIN的成功就植根于广州番禺成熟的服装产业供应链上。地处粤港澳大湾区的番禺,始终保留着传统小规模制衣生产模式,SHEIN通过数字化改造、管理这些小型工厂实现“小单快反”。

采用小单快反模式的不仅是SHEIN,拼多多高管解读了Temu的竞争逻辑,“我们试图开创有别于亚马逊的新一代柔性供应链体系的平台模式,来自具有不同文



化背景国家的消费者可以通过我们的服务直接从高质量的工厂购买商品。”

跨境电商“四小龙”正是凭借着中国强大且完善的供应链,才能实现柔性生产,高频上新,满足不同国家、不同文化年轻人的兴趣消费,以及贴近地域特色的偏好需求。数字化、智能化使得中国供应链反应更为灵敏、操作更为灵活,为小单快返、柔性生产提供了坚实的根基。在这当中,电商平台凭借上亿用户汇聚起来的交易体量,成为产业规则的制定者。

2023年电商行业的另一个重要转变,是直播带货逐渐从叫卖型向内容型转变,这种转变意味着主播不再只是简单地推销商品,而是通过提供有价值的内容来吸引和留住消费者。例如,主播可以通过分享自己的生活经验、专业知识、文化见解等方式,与消费者建立更深层次的关系,从而提高消费者的购买意愿和忠诚度。

■新快报记者 郑志辉

## 革新搜索从健康场景开始

# 夸克App全面升级健康搜索体验

## 革新搜索迈出第一步,夸克打造健康搜索新体验

自互联网出现以来,通过搜索平台查询健康信息成为用户的高频需求之一。但是从实际体验来看,传统搜索框存在问题表述不清、信息理解困难等顽疾。随着AI时代来临,大模型应用即将改变这一现状。为了给用户提供更好的信息服务,夸克通过升级健康搜索产品和内容,率先开启变革搜索的第一步。

据悉,在产品层面,夸克推出大模型健康应用“夸克健康助手”,融合医学知识图谱和生成式对话能力,用户可以在

部分搜索结果中,看到由夸克健康助手回答的AIGC内容。与传统搜索结果相比,提供了更加全面和准确的健康信息。

同时,夸克健康助手也有独立的功能页面,支持用户针对健康问题进行多轮提问和对话。这种问答式的交互方式能呈现出更多维度的内容建议,让每一个人都有一个可以随时交流的AI健康助手。

此外,为了更好地创新产品体验,夸克还给智能筛查功能加入了大模型能力。用户可以通过勾选补充症状信息,就能找到与自身情况匹配的健康搜索结果,同时还能筛选出常见病症问题,实现精准地快速查找。

面对复杂的用户需求,通过颠覆式的产品创新,夸克让健康搜索告别了搜索框的限制,用户能更加自由地表达和查询病症信息。同时,让健康内容的搜索结果以AIGC的方式出现,进一步提升用户使用效率。

## 建设健康专业内容生态,大模型让搜索体验更便捷

在产品升级的同时,夸克也持续加大在健康内容层面的投入。升级后的夸克健康搜索会为用户提供更加准确的信息。基于夸克大模型和全网权威观点汇总,用户在夸克App中搜索健康内容的正确率超过行业平均水平。为了给用户提供更加精准的专业知识,经过精调和知识增强的夸克大模型,以486分的高分通过临床执业医师资格考试。同时在

健康内容上的幻觉率已经降低至5%以内,成为国产大模型中的“学霸”。

清华大学新闻学院教授、博士生导师沈阳表示,大模型要减少错误率,一个重要的措施就是要跟搜索引擎进行协同。在教育、健康等垂直领域中,夸克在对话、解题上的能力取得了新的突破,是国产自研大模型的优秀代表之一。

针对AIGC等全新搜索内容形态,夸克还成立了夸克健康专家团,与全国顶级公立三甲医院的专家共建大模型内容生态,确保内容层面的专业性、正确性和科学性。此外,夸克还会招募健康大模型精调师,持续地结合用户需求和热门病症,提供最新的健康知识。

目前,夸克已经与200多位权威医学专家、60多家全国知名公立三甲医院和40多家医学机构合作。在健康搜索的结果页中,以专题页、百科、图文、音视频、问答等方式,提供病症原因、用药建议、就医指南等实用易懂的健康内容,不同的信息呈现方式进一步满足用户的个性化需求。

今年11月,阿里巴巴智能信息事业群发布全栈自研、千亿级参数的夸克大模型。夸克负责人表示,坚持自研大模型是持续推动夸克App在产品体验创新和迈向新一代搜索的技术底座。

随着夸克全面升级健康搜索,也掀开了革新搜索的序幕。在行业已经多年没有变化的环境下,夸克将率先通过新一代搜索产品和智能工具,解决用户生活中面临的实际问题,加速成为年轻人工作、学习和生活上的智能助手。

大模型时代,夸克率先迈出了革新搜索的第一步。12月25日,夸克App宣布全面升级健康搜索,推出健康大模型应用“夸克健康助手”,并在部分搜索结果和功能板块中上线全新的内容交互方式。升级后,用户在夸克中搜索健康信息的正确率超过行业平均水平,多样化的信息呈现方式和优质搜索内容将更加便捷和实用。

■新快报记者 郑志辉

