

# 618年中大促开锣

规则简化时间延长,“内容+交易”联盟关系强化

今年的618年中大促已经于昨晚(5月13日)正式开启,而且比以往来得更早一些。

截至发稿时,几大电商平台已纷纷公布今年玩法、亮点,希望抢先燃起商家、消费者们心头的那团火。其中,淘宝联手小红书打造“红猫计划”,实现种草到拔草的无缝衔接;京东则加码“京火计划”,深耕Z世代消费市场;抖音商城平台推出立减15%、一件直降等系列优惠活动等等。这场年度电商盛宴背后,是平台从单纯价格战向生态建设的战略转型,更是数字经济时代下商业模式的深度变革。

■新快报记者 郑志辉



VCG 供图

## 1.

### 促销周期大幅提前且延长

综合截至目前各大平台的公告,今年618大促的时间跨度无疑已再次被拉长。主流平台如京东、天猫、抖音等将活动周期延长至39天(5月13日至6月20日),首次将预售和现货销售提前至5月中旬,较往年提前约10天。

此外,部分平台还选择分阶段推进。例如京东分为“心动购物季”(5月13日至5月28日)和“618正式期”(5月31日至6月18日),天猫则从5月13日开启预售,抖音活动同步启动。唯品会不但将618活动提前至5月中旬,还分三波推出限量爆款(5月16日、5月31日、6月15日)。

## 2.

### 流量入口争抢激烈

618前夕,淘宝天猫与小红书就品牌商家种草达成战略合作并打造的“红猫计划”,成为今年618的一大亮眼之处。

据介绍,“红猫计划”的核心在于构建“种草-转化”的全链路闭环。具体而言,通过淘宝的“种草星河平台”,品牌商家可以监测从小红书种草到淘宝下单的全链路数据,从而优化投放策略。这一功能解决了长期以来内容营销效果难以量化的痛点。同时,小红书笔记下方新增“广告挂链”功能,用户可直接跳转至淘宝店铺或商品页面,实现“种草即购买”的无缝衔接。

另外,淘宝天猫承诺为商家在小红书的种草内容提供加热和投流支持,并通过数字化工具提升转化效率。这种资源倾斜将显著降低商家的试错成本。

有分析认为,这种“内容+交易”的联盟模式,或将对抖音、快手等兼具内容与电商功能的平台形成压力。

5月13日,有行业消息流传,小红书也已与京东达成合作,未来几日内即将官宣。双方合作方式或与此前淘天合作类似,小红书内的商品链接也可直接跳转至京东页面。

第三方机构网经社认为,京东和淘天看中的是小红书的流量红利与年轻用户。据QuestMobile数据,小红书用户中35岁以下占比超80%,且女性用户消费决策高度依赖社区种草。在传统货架电商增长乏力的背景下,两大巨头需要小红书这样的内容入口来激活新客群。尤其对于京东,这或是突破“直男电商”刻板印象的战略机会。

此外,B站也表示,将持续加强与淘天、京东等电商平台的紧密合作,升级数据共建计划、强化种草合作。

网经社表示,这些合作标志着互联网平台开始走出“围墙花园”时代,行业正形成“内容平台专注种草、电商平台承接交易”的专业化分工。

## 3.

### 规则简化、优惠力度升级

在玩法上,淘宝天猫今年取消了“满200减20”“满300减50”等活动,主打“官方立减”,即买一件就能减,力度为15%(即8.5折),最高可达50%。在此基础上,用户可再叠加88VIP大额消费券、行业品类券(美妆券、服饰券等)、直播间红包等优惠。此外,为充分保护消费者权益,设置了最低价校验防控先涨后降,价保时间将从消费者付款至7月5日。

京东方面,今年将在活动期间推出惊喜日、超级秒杀日、百亿补贴日、超省特价日、超级直播日、PLUS会员日、万店秒杀日等主题活动,旨在构建覆盖多品类、多消费场景的促销矩阵。其中,惊喜日为此次京东“618”活动的亮点之一,将联动众多明星和IP,推出好玩有趣的活动和多轮超级大奖福利。

抖音商城“618”大促自5月13日0时启幕,持续至6月18日24时。活动延续“立减折扣”和“一件直降”等核心玩法,投入亿级现金补贴和千亿级流量资源。

网经社数字零售部主任莫岱青表示,电商平台简化优惠规则,一方面降低了消费者决策成本,使购物更简单;另一方面也利于商家更好地规划促销活动,提升运营效率,供给优质商品。

## 全球首个AI诊所沙特试运营 中国“AI医生”出海“悬壶济世”

**新快报讯 记者郑志辉报道** 近日,在沙特阿拉伯阿哈撒地区的某家诊所,一名患者走进诊室,全程面对着一位特殊的“医生”——讲述了自己的病情,经过几轮互动、一些检验检查、最终复核后,患者拿到了自己的诊疗方案,满意地离开。

这次新奇的看病体验,是全球首个AI诊所在沙特的正式投入试运营,标志着大模型技术支撑下的智能体,在全球范围内第一次实现了“无人化”端到端全流程诊疗的落地。更重要的是,背后提供技术支撑的,是中国的“AI医生”。

### “AI医疗”的最后一步

据记者了解,此次具有全球突破意义的项目落地,背后是中沙多方联动、由沙特医疗数字化转型先锋Almoosa医疗集团携手沙特本地科技公司、中国医疗

人工智能独角兽公司森亿智能以及连锁门诊品牌友医生诊所共同合作的成果。

森亿智能创始人兼董事长张少典博士告诉记者,大模型技术自去年下半年以来的飞跃发展为项目的研发扫清了技术障碍。

需要指出的是,虽然如DeepSeek等通用大模型已迅速成为不少老百姓寻医问药的好助手,但距离真正“帮你看病”,还间隔着两道鸿沟——物理世界交互能力与医疗安全边界控制。而这次沙特落地的AI诊所,为行业提供了具参考价值的技术范本。

### 中国“AI医生”能治外国人的病

张少典介绍说,在一般医疗行为中,医生往往需要通过看、听、触、检验、拍片等方式来完成对患者的完整检查。在沙特AI诊所试运营中,每个诊室都配备了

可将心肺音转化为频谱数据的数字化听诊器、能自动捕捉炎症特征的智能咽喉镜、实时解析X光片的AI影像系统等设备。相关设备操作均由经过培训的医生助理完成,既保证了数据采集规范性,又规避了AI直接操作医疗器械的合规风险。

面对大模型固有的“幻觉”风险,森亿智能则构建起了“临床质控规则约束+AI交叉验证+人工兜底”的三级防护体系,最终所有医嘱需经人类医生复核才能生效。这种三级机制,使系统在试运行期间保持了零严重差错记录。

### 中国落地尚需过法律关

而全球首个AI诊所能在沙特抢先试运营,据张少典解释,在沙特近年同样面临着医疗资源匮乏的难题。

“沙特地广人稀,医生、诊所资源分

布不均,所以近年来当地也在经历一场激烈的医疗服务模式变革。希望用数智化技术来破解难题。AI诊所相比当前的‘AI辅助诊疗’模式,让人类医生可以从一次只看一个患者,变为一次审核多个诊室,大幅提高医生工作效率,降低漏诊误诊。所以沙特方面对这样的解决方案很渴求,也很开放、包容。”

不过,据记者了解,国家卫生健康委和国家中医药局2022年6月联合发布的《互联网诊疗监管细则》指出,医疗机构开展互联网诊疗活动,处方应由接诊医师本人开具,严禁使用人工智能等自动生成处方。

由此可见,同样的方案要落地中国,还需要获得更多监管层面的支持。



一起了解更多  
数智资讯