

人工智能参战“双十一”

刚刚过去的“双十一”，AI 比人还忙。天猫推出“AI 万能搜”“AI 帮我挑”“AI 试衣”等六大智能导购工具，覆盖购物全流程；在京东下单后，京小智客服主动推送物流轨迹，并预判可能的售后需求，提前给出解决方案；抖音借助豆包大模型打造电商新入口，用户只需询问“买什么”“有什么推荐”便可获取商品清单，点击链接直接跳转至抖音商城……

曾几何时，总有消费者在线上海量商品列表中挑花了眼，却还是“搜不到”“选不对”符合心意的产品。传统的推荐算法基于用户历史行为数据，为消费者提供看似无限的商品选择，实则产品同质化严重，还容易陷入“信息茧房”的误导。随着人工智能技术的融合应用，

在多模态大模型、深度学习与用户行为序列分析能力的加成下，AI 能够构建出动态、立体的用户需求图谱。比如搜索“便携水杯”，AI 能用联想和场景串联起用户消费需求：他可能是一位即将外出旅游的户外爱好者，需要保温性能强、防漏耐摔的杯子；也可能是一位注重环保的都市白领，更青睐可再生材料制成、设计简约的产品。

从推算相关搜索语境、浏览记录乃至季节差异、使用方式，到生成虚拟试穿效果、提供价格筛选方案、预判售后需求等，人工智能正在贯通“需求响应—决策辅助—服务延伸”的购物全链条，透过蛛丝马迹洞悉消费者的潜在需求与情感偏好，将“人找货”的疲惫转化为“货懂人”的惊喜，重塑人与商品的连接方式。

不过，AI 导购的核心价值在于精准解读需求，但当前人工智能水平仍难以突破语义理解鸿沟。由于用户的表述方式千差万别，AI 应用落地需要对海量非结构化数据进行处理，对信息的准确性、时效性提出了极高要求。在新兴的语音交互环节，也存在语音识别断句错误、多轮对话逻辑断裂等问题，无法形成流畅的需求挖掘闭环。这些技术短板导致许多消费者因为推荐不匹配而放弃 AI，回归传统搜索模式。

AI 生成工具的普及也催生了新的消费陷阱，消费连接遭遇“信任危机”。在服装、家居等品类中，商家用 AI 生成的商品图片普遍存在“货不对版”的问题。更严峻的挑战在于商业伦理与监管的灰色地带。当 AI 对话与推荐中嵌入未声明的

商业推广时，它便成为一种极为隐蔽的广告形式，不仅让消费者难以辨别，也对现有的广告认定规则和监管手段提出了巨大挑战。当我们的偏好和决策在无形中被精心设计的智能模型所引导，消费的公平性与真实性也将无法得到有效保障。

人工智能在线上消费领域的规模化、规范化落地，还需化解数据安全、算法偏见等难题。未来，随着大模型技术的升级换代与行业标准、市场监管的逐步完善，我们期待 AI 能够“心有灵犀”地捕捉消费者需求，线上购物过程可以变得像和朋友交谈般流畅自然，在便捷高效又安心放心的电商消费环境下，用“智能”装满购物车，为数字经济发展开辟更广阔的空间。

（据《经济日报》记者 / 郭静原）

传统手工艺“小作坊” 变身乡村振兴“大产业”



11月15日，在内蒙古巴林右旗一手工作坊内，一名店主正向顾客展示手工作品。

杨腾格尔 / 摄

飞针走线，刻刀游走，琴弦轻振——在内蒙古巴林右旗一座4200平方米的民族手工作坊内，传统技艺与现代活力正同台共鸣。这座昔日的博物馆，如今成为非遗活态传承助推乡村振兴的生动样板，让曾濒临沉寂的草原手工艺，借助“非遗+产业”模式，重新焕发驱动发展的强劲脉动。

2014年，巴林右旗投资改建原博物馆，打造巴林民族手工作坊，通过“零租金”等政策吸引民间匠人入驻。历经10年发展，这里已从最初的扶贫车间，跃升为集培训、研发、展销于

一体的综合性平台。

手工作坊发展的见证人、旗民俗博物馆馆长那顺孟和介绍，起初大家不愿入驻，即便来了也不敢要太大空间，“觉得没东西放，显得空”。如今，手工作坊已吸引86家商户、300余名手工艺人扎根，开发出民族服饰、手工刺绣、金银铜器等12大类近400种产品。“现在连腾出的空间都不够用了。”他说。

2024年，手工作坊年产值3000万元，带动全旗手工艺产业总产值突破6000万元，从业人员增至4000余人，成功孵化了多个自治区级“非遗扶贫就业工坊”。

创新已成为手工作坊发展的核心动力。“融入创新元素的蒙古族婚服，既方便穿着，也符合现代审美。”正在定制婚服的游客斯琴说。她的选择折射出市场新风向。手工作坊积极引入北京服装学院等高校资

源，推动传统纹样与现代设计融合，拓展线上直播渠道，借力网络走出去。

72岁的非物质文化遗产代表性传承人乌恩巴雅尔，将家具榫卯工艺融入四胡琴身，提升音质稳定性；独创“双层桶法”，大幅增强琴弦回音。他每周无偿教授儿童四胡演奏，已向学校捐赠近400把四胡。

巴林右旗通过“政企合力”为手工艺产业护航，累计落实贴息贷款5000余万元、减免费用200余万元。深化“校地合作”，与多所高校共建，持续激发创新活力。

在2025年举办的内蒙古自治区非遗传统工艺与现代创意展上，手工作坊产品成为热销品类，活动期间总销售额突破200万元，吸引客流超15万人次。

（据新华网）

遗失声明

内蒙古维力斯教育出版发行有限责任公司教育传媒分公司不慎将营业执照副本丢失，统一社会信用代码：91150102MAC59KEX6A，负责人：杨金凤，声明作废。

内蒙古维力斯教育出版发行有限责任公司教育传媒分公司

2025年11月17日

第二十七届高交会 意向成交与投融资金额 突破1700亿元

记者从11月16日闭幕的第二十七届中国国际高新技术成果交易会（以下简称“高交会”）上获悉，本届高交会累计入场突破45万人次，现场发布新产品新成果5000余项，共促成1023项供需对接和投融资项目签约，意向成交与投融资金额突破1700亿元。

本届高交会以“科技赋能产业 融合共创未来”为主题，全方位聚合国内外各行业前沿产品、尖端技术、创新解决方案，汇聚全球100多个国家和地区的5000多家知名企业及相关国际组织参展。现场特设国际友好城市科技展区及“一带一路”国际合作专区，展现以科技创新助力共建“一带一路”高质量发展的优秀成果。

本届高交会通过国之重器重大装备、人工智能与机器人、半导体与集成电路、消费电子、低空经济与商业航天等22大展区全面展现国际科技发展前沿、我国高水平创新成果。据主办方介绍，展会上90%以上实物展品为“高、精、尖”技术与产品，超20%是首发、首展展品。

为期3天的第二十七届高交会共举办了200余场重大活动，涵盖行业峰会、专业论坛、新品发布、项目路演、技术研讨、权威评奖等，其中专业论坛包括中国高新技术论坛、人工智能产业创新论坛、中国低空经济产业高峰论坛、半导体产业链生态建设论坛、产教融合与科教融汇论坛等活动。

（据新华社记者 / 梁希之）