

《2026年618消费新趋势与消费体验报告》发布

今年618电商行业进入“全域+即时+AI”全新发展阶段

本报讯 陈静 上海市消保委日前发布的《2026年618消费新趋势与消费体验报告》(以下简称“报告”)指出,全域电商打破平台边界,消费触点全域化;即时零售重构时间预期,即兴消费成为新增量;AI开始介入消费决策,从“人找货”转向“AI帮选”。

2026年第三期“提振消费 维护权益”大讲堂(总第十四期)6月26日举行,以“推动平台算法向善,维护消费者合法权益”为主题,汇聚市场监管部门、行业平台、高校专家、消费维权工作者等,围绕AI时代平台算法治理、网络消费者权益保护开展深度研讨,并发布报告。

据悉,上海市消保委面向微信公众号用户开展2026年618网购消费体验专项调研,围绕平台渠道选择、消费节奏、算法推荐、AI购物工具、新型智能Agent购物模式等维度收集消费者主观体验数据,结合行业三大变革趋势,梳理当前消费新风向、体验痛点,从消费者体验视角提出优化指引,助力平台实现算法向善、提升全链路消费愉悦度。

报告指出,2026年全网618告别大规模价格战、流量造势,全域电商、即时零售、AI消费决策三大底层变革同步落地,从“空间、时间、决策”三维重构线上

消费逻辑,电商行业正式进入“重基建、重体验”新阶段。报告称,近六成消费者存在日常零散即时购物行为,与即时零售高速增长趋势完全匹配,消费者不再只依靠大促集中采购,碎片化、即兴化需求持续增多。

根据报告,今年618,消费模式切换:从传统“计划型囤货”转向“即兴即时需求”;即时零售增速为大盘十倍,彻底摆脱“外卖补充”定位,重构消费时间逻辑。今年618实现AI原生大促,AI从后台运营工具走向前端,直接辅助消费者选购决策,品牌竞争从“占领消费者心智”转向“抢占AI推荐席位”。

报告指出,行业全面布局AI购物工具、智能Agent,但调研数据显示AI工具理想与消费者实际体验存在巨大落差。超85%消费者对AI一站式购物模式抱有期待,智能Agent将成为未来消费核心入口。38.65%消费者表示非常期待一键式Agent购物,认为可简化流程,46.87%表示关注态度,愿意在合适场景尝试。

上海市消保委方面认为,长期来看,以智能Agent为代表的新一代AI购物模式具备广阔发展空间,消费者接受意愿充足。平台在推进全域布局、即时零售、AI智能化升级的同时,应当以消

费者体验为核心校准算法逻辑,弱化商业导向、强化需求导向,真正实现“算法向善”,让技术变革切实降低消费者决策成本、提升购物愉悦感,推动线上消费市场高质量、可持续发展。

当前,平台经济已成为居民消费主渠道,AI算法全面渗透购物推荐、智能定价、流量分发等消费全流程,在带来便捷消费体验的同时,信息茧房、大数据价格歧视、算法诱导消费、用户选择权弱化等痛点持续凸显,算法公平、透明、合规成为社会各界共同关切。

上海财经大学崔丽丽教授聚焦AI重塑消费链路,剖析AI接管购物车背景下流量运营范式变革,指出算法在需求预判、智能下单中持续压缩用户自主决策空间,呼吁行业兼顾技术便利与消费主权,构建兼顾效率与公平的数字商业伦理。

在圆桌讨论环节,四大主流消费平台代表直面算法治理痛点,分享防“杀熟”、透明推荐、简化维权通道等创新举措,展现平台主动落实算法向善的责任担当。

上海市市场监管局党组成员、副局长、一级巡视员彭文皓表示,未来要构建前瞻性AI治理体系,以制度约束算力、规则引导智能,在技术创新与民生保障间实现长效平衡。

前5月直播电商等新业态带动消费物流增长

本报讯 何倩 毛思怡 6月28日,中国物流与采购联合会发布的数据显示,今年1—5月,全国社会物流总额达146.6万亿元,按可比价格计算同比增长5.2%。居民消费需求保持韧性,直播电商等新业态带动消费物流增长。与此同时,因地缘局势波动影响,物流价格有所分化。

中国物流与采购联合会副会长何辉表示,今年前5个月,物流需求增速平稳,供给质效提升,物流运行总体延续平稳向好、向优提质的发展态势,产业升级对物流结构优化的引领作用不断增强。

消费物流保持韧性

中国物流与采购联合会数据显示,1—5月,全国社会物流总额146.6万亿元,同比增长5.2%。

此外,中国物流与采购联合会还指出,1—5月进口物流累计增速小幅回落。今年前5个月,进口物流总额同比增长2.6%,增速较1—4月回落2.4个百分点,其中集成电路、半导体器件等高端制造中间品进口物流需求仍保持增长,产业升级类进口物流需求展现出较强韧性。同期,再生资源物流总额同比增长5.4%,增速快于全国社会物流总额0.2个百分点。我国低碳绿色制造、再生资源循环等物流需求增长的多点支撑格局逐步形成。

从消费物流来看,居民消费物流总体保持韧性,直播电商等新业态形成新增长点。中国物流与采购联合会数据显示,1—5月,全国单位与居民物品物

流总额同比增长4%。其中,数字消费保持较快发展,直播电商零售额增长6.9%,增速比1—4月加快0.2个百分点。

5月下旬,电商“6·18”陆续启动,叠加节假日消费拉动,快递业务量快速增长。此外,各大电商平台纷纷通过预售与现货并行等方式,拉长消费周期,带动订单量增长。

快递行业专家赵小敏表示,当前,随着消费习惯不断变化,消费者对物流时效和服务体验提出更高要求,也推动了物流企业不断优化仓配网络和末端配送体系。

供给质效持续提升

需求平稳增长的同时,物流供给体系也在加速优化升级。

中国物流与采购联合会数据显示,今年前5个月,物流业总收入累计达到5.8万亿元,同比增长4.2%。从行业运行情况看,物流企业通过数字化转型,不断提升资源配置效率和服务能力,行业整体运行效率稳步提升。

物流基础设施网络正不断完善。中国物流与采购联合会指出,从细分领域来看,1—5月,国家铁路货运总量保持平稳增长,累计发送货物16.7亿吨,同比增长1.8%,运力保障基础牢固。另外,跨境国际物流整体韧性凸显,如航空货运国际航线表现亮眼,1—5月,民航货邮运输量418.5万吨,同比增长7.3%。

同时,物流服务价格有所分化,地缘局势推动波动增大。据中国物流与采购联合会统计,进入5月,物流服务价

格走势分化特征显著,海运领域在内贸煤炭需求、外贸出口等因素带动下运价结构性回升,公路、快递等国内通用物流领域供需整体充足价格运行偏弱。

中国物流与采购联合会数据显示,1—5月,重点物流企业业务收入同比增长6.2%,增速比1—4月回落0.5个百分点。面对物流市场竞争压力,行业持续推动转型创新。1—5月,重点物流企业供应链合同订单量累计同比增长13.7%,一体化物流业务收入同比增长15.3%,增速显著高于整体营收水平。高附加值业务成为拉动企业收入增长的核心支撑。

中国物流与采购联合会还提及,尽管1—5月重点物流企业整体成本过快上涨的势头得到遏制,但燃油成本仍保持较快增长,同比涨幅达16.3%。物流企业正持续推动数字化转型,来进一步降本增效。1—5月,公路运输、港口及供应链服务等领域的重点物流企业数字化转型经费投入同比增长30.2%,智能仓储、数字调度、无人配送等技术应用场景持续拓展,运营效率稳步提升,有效对冲了部分要素成本上涨影响。

中国物流与采购联合会表示,尽管我国物流运行仍面临传统需求偏弱、行业盈利承压等挑战,但整体来看,产业升级步伐加快、物流供给能力增强,尤其结构性亮点持续增多,高端制造、绿色循环、跨境物流等新动能成长势头良好,铁路多式联运、全程供应链、物流金融等模式创新加速落地,企业也在持续转型提质。后续物流运行有望延续总量平稳、结构优化、质效提升的发展态势。

抖音生活服务二季度推动整改441例食品安全隐患

本报讯 近日,抖音生活服务公示食品安全专项治理阶段性成果。今年二季度,平台线上处置8945例违规商品和8991个违规门店,线下开展5782次巡检,提前发现并推动整改441例食品安全隐患。同时,平台严厉打击网络及网红食品虚假宣传,处置3546例虚假医疗功效商品,关闭3278个虚假宣传医疗功效直播间。

针对餐饮、商超零售、酒吧等行业经营主体分散、链路长、环节多、场景复杂等特点,抖音生活服务升级食品安全治理体系,将管控范围从5类底线场景拓展至13类“安全+品质”全场景,覆盖商家准入、加工管控、履约保障和用户维权全链路。二季度,平台食品安全有奖举报通道收到5432条线索,处置428个违规商家。

在线下巡检方面,抖音生活服务建立“识别-巡检-整改-复查”管理机制,组织专业团队加强实地巡查。二季度,平台开展5782次巡检,发现并处置441例食材变质、后厨卫生不达标、操作流程不规范等安全隐患,将风险拦截在消费之前。

夏季时令品类专项治理同步推进。抖音生活服务启动“夏日食安时令品类专项品质攻坚行动”,聚焦小龙虾、烧烤等高风险品类,严查经营资质、加工规范、保鲜保质及虚假宣传等问题。

此外,抖音生活服务持续严厉打击虚假宣传。二季度,平台处置3546例虚假医疗功效商品,关闭3278个虚假宣传医疗功效直播间。

美团“AI小管家”已服务超百万中小餐饮商家

本报讯 郭缤璐 近日,美团“小店有AI”行动在北京望京合生麒麟新天地组织首场线下体验活动,百余位中小餐饮商家与美团AI产品经理现场交流使用AI工具的体验和心得。活动上正式上线了“小店有AI”专区,集中展示商家AI经营产品、免费课程及优秀案例。目前,美团AI小管家已服务超百万中小餐饮商家,帮助商家改进菜品和服务。

活动现场,美团外卖产品负责人演示了“袋鼠管家”如何帮助外卖门店分析订单数据、识别差评规律并自动生成运营建议,美团到店餐饮产品负责人则介绍了“智能掌柜”在中小餐饮堂食场景中的具体应用路径。

在外卖运营上,“袋鼠管家”AI助手的最新升级功能,涵盖菜单优化、美工设计、智能营销、经营诊断、评价与巡检托管五大方向,帮商家诊断问题、发现增收机会,目前已有超过3000家餐饮小店、100多个连锁品牌参与试用。商家可直接提问“最近哪道菜差评最多”“周末哪个时段流量最高”,系统给出有针对性的经营建议。AI还会自动巡检商品上下架状态、推广活动到期、差评与食安异常等情况,发现问题实时推送提醒,不再依赖老板人工逐项核查。

堂食场景方面,“智能掌柜”的AI工具,同样已渗透至中小商家经营链条的多个环节。门店助手上线的商圈洞察报告能力,AI会结合商家所在品类和商圈情况,自动生成趋势分析,给出经营建议。

给大量餐饮小店带来麻烦的恶意差评和骗赔问题,美团为小店主标配“商家AI守护”系列工具。该AI风控模型每月帮助商家主动拦截150万条恶意差评与威胁。